



- CÓDIGO ÉTICO DE CARAPELLI FIRENZE S.P.A. -

Aprobado por el Consejo de Administración el 31/05/2016

Carapelli Firenze S.p.A.

DOMICILIO SOCIAL EN TAVARNELLE VAL DI PESA (FLORENCIA-ITALIA), VIA LEONARDO DA VINCI 31

INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO DE EMPRESAS DE FLORENCIA CON EL N° 06271510965

ÍNDICE

PREMISA	3
SECCIÓN PRIMERA	4
1. DISPOSICIONES GENERALES	4
1.1 Destinatarios.....	4
1.2 Obligaciones de empleados y colaboradores	4
SECCIÓN SEGUNDA	6
1. PRINCIPIOS ÉTICOS DEL MODELO	6
2.1 Principios éticos	6
2.2 Legalidad	6
2.3 Igualdad e imparcialidad	7
2.4 Transparencia, corrección y profesionalidad.....	7
2.5 Confidencialidad	7
2.6 Valor de la persona y de los recursos humanos.....	8
2.7 Tutela de la seguridad.....	8
2.8 Tutela del medioambiente	9
2.9 Orientación hacia la calidad y satisfacción del consumidor	9
2.10 Competencia.....	10
SECCIÓN TERCERA	11
3. REGLAS DE COMPORTAMIENTO	11
3.1 Sistema de control.....	11
3.2 Informaciones societarias	11
3.3 Comunicaciones societarias	12
3.4 Prevención del conflicto de intereses.....	12
3.5 Prevención del blanqueo de dinero/Autoblanqueo	13
SECCIÓN CUARTA	14
4. RELACIONES CON TERCEROS	14
4.1 Relaciones con el cliente	14
4.2 Relaciones con la Administración Pública	14
4.3 Relaciones con los proveedores.....	14
4.3 Relaciones con las organizaciones políticas, sindicales y sociales.....	15
SECCIÓN QUINTA	17
5. DISPOSICIONES FINALES	17
5.1 Sistema de sanción	17
5.2 Adopción del código ético y modificaciones.....	17

PREMISA

Carapelli Firenze S.p.A (de ahora en adelante “Carapelli” o la “Sociedad”) fue constituida el 25 de noviembre de 2002 y tiene por objeto la producción, comercialización y exportación de aceite de oliva virgen extra, aceite de oliva, aceite de semillas, vinagres y paté de olivas.

La Sociedad, que está decidida a garantizar la máxima corrección de todos sus comportamientos, para tutelar su imagen y reputación, ha decidido aplicar las prescripciones del Decreto Legislativo italiano de 8 de junio de 2001, n° 231 (“Regulación de la responsabilidad administrativa de las personas jurídicas, de las Sociedades y de las asociaciones incluidas aquéllas que carecen de personalidad jurídica, en aplicación del artículo 11 de la ley de 29 de septiembre de 2000, n° 300”), normativa (de ahora en adelante el “Decreto”) que ha introducido en el ordenamiento jurídico italiano la responsabilidad administrativa de la Sociedad en el caso de que se produzcan una serie de actos ilícitos penales preestablecidos cometidos por personas que, dentro de la Sociedad, ejercen funciones de representación, administración o dirección, o por personas sometidas a la dirección o a la vigilancia de las anteriores.

La Sociedad ha considerado oportuno adoptar el presente documento (de ahora en adelante “Código Ético”), que describe un conjunto de principios y reglas dirigidos a difundir los estándares de comportamiento que deben respetar e imponer todos los colaboradores, entendidos como administradores, empleados y todas aquellas personas que se relacionan con la Sociedad, independientemente de su cualificación jurídica. En efecto, la Sociedad estima que una clara enunciación de los valores fundamentales en los que todos deben inspirarse para alcanzar sus objetivos de negocios es de vital importancia para el correcto desarrollo de sus actividades y, además, constituye un valioso elemento de apoyo para el Modelo de organización, gestión y control (de ahora en adelante “Modelo”).

El presente documento ha sido aprobado por el Consejo de Administración de la Sociedad, que se compromete a asegurar su máxima difusión, y que vigila su observación a través del órgano de control (de ahora en adelante “Organismo de Vigilancia”), instituido según el Decreto.

SECCIÓN PRIMERA

1. DISPOSICIONES GENERALES

1.1 Destinatarios

La Sociedad se inspira en los principios éticos y en las reglas de comportamiento del presente Código Ético en todas sus acciones, operaciones, relaciones y transacciones realizadas para la gestión de las diferentes actividades sociales.

El presente Código Ético vincula a todas aquellas personas que, dentro de la Sociedad, realizan funciones de representación, administración o dirección, o bien se encargan, aunque sea de hecho, de la gestión y control de la misma; asimismo vincula a todos los empleados sin ninguna excepción, a los colaboradores (entre ellos, a mero título de ejemplo, asesores, proveedores, intermediarios, etc.) y a quienesquiera mantenga relaciones de negocios con la misma (de ahora en adelante "Destinatarios").

Los Destinatarios se obligan a observar atentamente las disposiciones del presente Código Ético desde el momento de la aceptación del encargo, o bien desde la suscripción del contrato de trabajo o en cualquier caso desde el inicio de la colaboración con la Sociedad y durante todo el período de tiempo en el que realicen actividades en la Sociedad o en interés de la misma.

En particular, los Administradores de la Sociedad deben inspirarse en los principios del Código Ético cuando establecen los objetivos de la empresa, proponen inversiones y realizan proyectos, y en cualquier decisión o acción relativa a la gestión de la Sociedad. De la misma manera, los directivos y responsables de las funciones de la empresa, realizando concretamente las actividades de dirección de la Sociedad, deberán inspirarse en los mismos principios, ya sea desde dentro, reforzando de esta manera la cohesión y el espíritu de recíproca colaboración, ya sea frente a terceras personas con las que mantengan relaciones.

Por lo tanto, la Sociedad se compromete a garantizar la máxima difusión del presente Código Ético, incluso a través del uso de instrumentos cognoscitivos adecuados, de formación y de sensibilización respecto a sus contenidos.

1.2 Obligaciones de empleados y colaboradores

Los empleados observan el Código Ético durante el desarrollo de sus funciones. En particular, los empleados están obligados a:

- observar diligentemente las disposiciones del Código Ético, evitando cualquier conducta contraria al mismo;
- transmitir al Organismo de Vigilancia cualquier noticia referente a presuntas violaciones del presente Código Ético que hayan tenido lugar en el ámbito empresarial;
- ofrecer la máxima colaboración en el caso de comprobación de posibles y/o presuntas violaciones del presente Código Ético;
- informar a las personas con las que mantengan relaciones de negocios sobre las prescripciones del Código Ético y pedir su cumplimiento;
- exigir el respeto de las disposiciones del Código Ético en el desarrollo de las actividades para las que dichas personas mantienen relaciones con la Sociedad;

- informar al Organismo de Vigilancia sobre cualquier comportamiento que, en el ámbito de la relación entre la Sociedad y terceras personas, pueda violar, aunque sea sólo potencialmente, las disposiciones del Código Ético, adoptando las iniciativas previstas en caso de incumplimiento del Código Ético.

Colaboración, lealtad, honestidad y respeto recíproco inspiran las relaciones entre los empleados de cualquier nivel y terceras personas con las que entren en contacto con motivo de las actividades laborales realizadas.

A los colaboradores de Carapelli (entre ellos, a mero título de ejemplo, asesores, intermediarios, etc.) y a cualquier persona que tenga relaciones de negocios con la Sociedad, también se les pide que se atengan a los contenidos del Código Ético.

Asimismo, la Sociedad se compromete a garantizar, a través de la exposición en tabloneros de anuncios accesibles a todo el personal y mediante la publicación en su intranet, la máxima difusión del Código Ético, y a prever y aplicar, con coherencia, imparcialidad y uniformidad, sanciones proporcionales a las violaciones que se pudieran producir, que en todos los supuestos respetarán las disposiciones vigentes en materia de regulación de las relaciones laborales

SECCIÓN SEGUNDA

1. PRINCIPIOS ÉTICOS DEL MODELO

2.1 Principios éticos

Carapelli comparte, acepta y actúa según los principios éticos (de ahora en adelante también los “Principios”) enunciados a continuación:

- legalidad;
- igualdad e imparcialidad;
- transparencia, corrección y profesionalidad;
- confidencialidad;
- valor de la persona y de los recursos humanos;
- tutela de la seguridad;
- tutela del medioambiente;
- orientación hacia la calidad y satisfacción del consumidor;
- competencia.

2.2 Legalidad

La conducta individual y colectiva de todos los Destinatarios en la conclusión de cualquier operación - en el intento de alcanzar los objetivos propios de la sociedad - debe hallarse siempre en sintonía con las políticas de empresa y debe traducirse concretamente en colaboración, responsabilidad social y respeto de la legislación nacional e internacional.

La Sociedad es consciente de todas las iniciativas legislativas nacionales e internacionales dirigidas a reprimir el fenómeno de la llamada “corrupción privada”. Los destinatarios deben evitar:

a) prometer, ofrecer o conceder, directamente o a través de un intermediario, una ventaja indebida de cualquier naturaleza a una persona, para él mismo o para un tercero, que desarrolle funciones directivas o laborales de cualquier tipo por cuenta de una entidad del sector privado, para que ésta realice u omita un acto en violación de un deber.

b) solicitar o recibir, directamente o a través de un intermediario, una ventaja indebida de cualquier naturaleza, o bien aceptar la promesa de dicha ventaja, para él mismo o para un tercero, en el desarrollo de funciones directivas o laborales de cualquier tipo por cuenta de una entidad del sector privado, para realizar o para omitir un acto, en violación de un deber.

No está admitida ninguna forma de regalo que puede interpretarse como excesivo respecto a las normales prácticas comerciales o de cortesía. Ello se refiere ya sea a los prometidos u ofrecidos, ya sea a los recibidos, entendiéndose por regalo cualquier tipo de beneficio (por ejemplo, promesa de un puesto de trabajo, remisión de una deuda, prestaciones de servicios a título gratuito o con condiciones fuera del mercado, etc.). El Grupo evita las prácticas no consentidas por la ley, por los usos comerciales o por los códigos éticos, si éstos fueran conocidos, de las empresas o entidades con las que mantiene relaciones.

2.3 Igualdad e imparcialidad

Carapelli tutela y promueve el respeto de la dignidad humana, que no debe sufrir discriminaciones por motivos de edad, sexo, orientación sexual, condiciones personales y sociales, raza, lengua, nacionalidad, opiniones políticas y sindicales y creencias religiosas. En consecuencia, no se admiten comportamientos discriminatorios.

Por otro lado, en la gestión de las diferentes actividades sociales y en las correspondientes decisiones (entre las cuales, a mero título de ejemplo, la gestión del personal y la organización del trabajo, las relaciones con la colectividad y con las Instituciones que la representan, etc.), los Destinatarios deben actuar con imparcialidad, en interés de la Sociedad, tomando decisiones con rigurosidad, profesional e imparcialidad, según criterios de valoración objetivos y neutrales.

2.4 Transparencia, corrección y profesionalidad

Todas las acciones, operaciones, negociaciones y, más, en general, las actuaciones de los Destinatarios se inspiran en la máxima transparencia y corrección. Así pues, en la gestión de sus actividades, los Destinatarios deben ofrecer informaciones transparentes, verdaderas, completas y claras.

El desarrollo de las actividades sociales está inspirado en criterios de profesionalidad, compromiso y diligencia adecuados a la naturaleza de las funciones y de las responsabilidades atribuidas a cada uno.

2.5 Confidencialidad

La confidencialidad es la regla imprescindible de cualquier conducta. La Sociedad garantiza, pues, la naturaleza reservada de las informaciones que posee y se abstiene de utilizar datos reservados, salvo en caso de expresa y consciente autorización y, en cualquier caso, respetando siempre de la forma más rigurosa la normativa para la tutela de los datos personales.

La obligación de confidencialidad se extiende, además de a las informaciones que se refieren a la Sociedad, a las referentes a los clientes, proveedores y a los demás sujetos que mantienen relaciones de negocios con la misma.

Dentro de las diferentes relaciones con la Sociedad y con sus interlocutores, los Destinatarios deben evitar la utilización de informaciones reservadas y que no sean de dominio público de las que tengan conocimiento a causa de su oficio y/o profesión, para fines personales y, en cualquier caso, que no guarden relación con el ejercicio de la actividad laboral o profesional confiada a los mismos o desarrollada en interés de la Sociedad.

Ningún empleado o colaborador puede obtener ventajas de ningún tipo, directas o indirectas, personales o patrimoniales, de la utilización de informaciones reservadas. La comunicación a terceras personas de las informaciones debe tener lugar exclusivamente por parte de las personas autorizadas y, en cualquier caso, según las disposiciones de la empresa. En la comunicación a terceras personas de las informaciones, consentida por motivos de oficio o profesionales, debe declararse expresamente el carácter reservado de la información y debe solicitarse a la tercera persona la observación de la obligación de confidencialidad.

En caso de acceso a información de tipo electrónico protegida por contraseña, pueden acceder a su conocimiento exclusivamente los sujetos asignatarios de dicha contraseña y tienen la obligación de no divulgarla y de protegerla.

2.6 Valor de la persona y de los recursos humanos

Los recursos humanos representan un valor indispensable y valioso para el crecimiento y desarrollo de la Sociedad.

Para poder dar el mayor valor a las capacidades y competencias de cada uno, se adoptan criterios de mérito y se les garantiza a todos igualdad de oportunidades. En consecuencia, la gestión de los recursos humanos tiende a mejorar y a hacer crecer las capacidades de todos.

La organización del trabajo está planificada para evitar cualquier situación de opresión organizativa y/o de violencia psicológica. Se garantizan unas condiciones de trabajo que ayuden a desarrollar las funciones en un clima de colaboración, respeto y serenidad.

Asimismo, Carapelli se compromete a trabajar para que la autoridad se ejerza con equidad y corrección, evitando cualquier abuso. En particular, la autoridad no deberá transformarse nunca en ejercicio de poder que vulnere la dignidad y autonomía de los empleados y colaboradores en sentido amplio.

2.7 Tutela de la seguridad

La Sociedad promueve y garantiza la salud y la seguridad en el trabajo de sus empleados y colaboradores en todos los lugares en los que éstos deban realizar su actividad laboral, y también promueve condiciones de trabajo seguras.

La Sociedad se compromete a garantizar condiciones de trabajo que respeten la dignidad individual y ambientes de trabajo seguros y saludables, y ello también mediante la difusión de una cultura de la seguridad y de la conciencia de los riesgos, fomentando comportamientos responsables y respetuosos del sistema de seguridad adoptado y de los procedimientos de la empresa que forman parte del mismo. Los empleados, colaboradores y cualquier otra persona que – por cualquier motivo – acceda a las instalaciones de la Sociedad, están llamados a participar personalmente en el mantenimiento de la seguridad.

Así pues, desde esta perspectiva la Sociedad se compromete a:

- realizar actividades seguras para la tutela de la seguridad y salud de sus empleados y de todas las personas que trabajan para la Sociedad, accediendo a sus oficinas e plantas productivas;
- garantizar que todos aquellos que realizan su actividad laboral para la Sociedad estén informados y formados acerca de los riesgos relacionados con la seguridad a los que los mismos se vean – de vez en vez – expuestos, ofreciendo todos los medios y el Equipo de Protección Individual impuesto por la normativa vigente en relación con el tipo de actividad desarrollada;

- revisar periódicamente y controlar continuamente las prestaciones y la eficiencia de su sistema contra los riesgos relacionados con la seguridad, para mantener lugares de trabajo seguros, que tutelen la integridad de todas las personas que participan en las actividades de la Sociedad.

2.8 Tutela del medioambiente

La Sociedad respeta el medioambiente, como recurso que debe ser tutelado, en beneficio de la colectividad y de las generaciones futuras, y en este sentido se compromete a generar un desarrollo económico compatible con el desarrollo sostenible, garantizando un ambiente próspero y saludable.

Las actividades de la Sociedad se implementan teniendo en cuenta criterios ambientales dirigidos a la prevención de contaminación y al control de los consumos de los recursos naturales, para lograr reducir al mínimo el impacto negativo en el medioambiente.

Por lo tanto, los destinatarios del presente código deben:

- colaborar para fomentar el respeto y el cuidado del medioambiente;
- valerse de las tecnologías disponibles para prevenir, o reducir, la emisión de gases y contaminantes y la contaminación acústica;
- ocuparse de los residuos promoviendo el recurso a las actividades de reciclaje y recuperación;
- limitar el consumo de recursos, incentivando sistemas de ahorro.

2.9 Orientación hacia la calidad y satisfacción del consumidor

Carapelli persigue el éxito seleccionando directamente sus aceites de proveedores seleccionados para ofrecer a los consumidores finales una gama distintiva de aceite con la misión de satisfacer sus necesidades.

La Sociedad reconoce que el aprecio por parte de quienes demandan sus productos es de vital importancia para su éxito empresarial y por lo tanto se compromete a:

- ofrecer con eficiencia y cortesía productos de alta calidad que satisfagan o superen las razonables expectativas del cliente, respetando los más altos estándares en la selección de las materias primas, en las técnicas de producción utilizadas y en los controles realizados;
- ofrecer informaciones claras y completas sobre los productos de manera que el cliente pueda tomar decisiones conscientes;
- garantizar adecuados niveles de calidad de los productos/servicios ofrecidos;
- atenerse a la verdad en las comunicaciones publicitarias o de cualquier otro tipo.

2.10 Competencia

Para la sociedad es de vital importancia que el mercado se base en una competencia correcta y leal, por lo que se compromete a:

- observar con rigor las leyes que regulan esta materia;
- colaborar con las autoridades reguladoras del mercado;
- evitar realizar y/o fomentar comportamientos que puedan suponer formas de competencia desleal.

SECCIÓN TERCERA

3. REGLAS DE COMPORTAMIENTO

3.1 Sistema de control

El sistema de control representa un instrumento fundamental para la gestión y control de las actividades de la empresa. En consecuencia, la Sociedad fomenta y difunde, en todos los niveles de la empresa, la cultura del control, sensibilizando sobre la importancia del sistema de controles internos y del respeto, en el desarrollo de las actividades, de la normativa vigente.

Por controles internos debemos entender todos los instrumentos necesarios o útiles para dirigir, gestionar y verificar las actividades, con la finalidad de garantizar el respeto de las leyes y de los procedimientos de la empresa, proteger los bienes de empresa, gestionar de manera eficiente sus actividades y ofrecer datos contables y financieros claros y completos.

Todo el personal, por lo que respecta a las funciones que realiza, es responsable de la definición y del correcto funcionamiento del sistema de control a través de los controles de línea, formados por el conjunto de actividades de control que llevan a cabo sobre sus procesos cada una de las unidades operativas.

Los empleados y colaboradores, en lo que forma parte de su competencia, están obligados a:

- colaborar activamente para el correcto y eficaz funcionamiento del sistema de controles internos;
- proteger responsablemente los bienes de la empresa, ya sean éstos materiales o inmateriales, instrumentales para la actividad realizada, y no usarlos de manera impropia.

A los órganos de la empresa encargados y al Organismo de Vigilancia se les garantiza el libre acceso a los datos, a la documentación y a cualquier información útil para el desarrollo de las actividades de control.

3.2 Informaciones societarias

Cada acción, operación o transacción debe registrarse correctamente en el sistema de contabilidad de la empresa según los criterios indicados por la ley y los principios contables aplicables y, además, dicha acción deberá estar debidamente autorizada y ser comprobable, legítima, coherente y congruente.

Para que la contabilidad responda a los requisitos de verdad, integridad y transparencia del dato registrado, para cada operación debe conservarse de forma adecuada y completa la documentación de apoyo de la actividad realizada, de manera que se logre:

- un claro registro contable;
- la inmediata determinación de las características y de las motivaciones en las que se basa la operación misma;
- la fácil reconstrucción formal y cronológica de la operación;

- la comprobación del proceso de decisión, de autorización y de realización, así como la determinación de los diferentes niveles de responsabilidad.

Cada empleado actúa, en el sector de su competencia, para que cualquier hecho relacionado con la gestión de la Sociedad quede registrado en la contabilidad de manera correcta y tempestiva. Cada asiento contable debe reflejar exactamente los resultados de la documentación de apoyo. Por lo tanto, el personal responsable debe encargarse de que la documentación pueda encontrarse con facilidad y que esté ordenada siguiendo criterios lógicos.

La circulación de las informaciones, para la redacción de las cuentas económicas y para garantizar una representación clara y verdadera de la situación económica, patrimonial y financiera de la Sociedad debe tener lugar según los principios de verdad, integridad y transparencia.

3.3 Comunicaciones societarias

La comunicación a los medios de información juega un papel esencial para dar valor a la imagen de la Sociedad y para la creación/mantenimiento de canales de diálogo abiertos y transparentes con los interesados.

En consecuencia, todas las informaciones referentes a la Sociedad deberán publicarse de manera puntual, verdadera y transparente y tender a dar al exterior una imagen positiva de la Sociedad, no sólo en términos de sujeto empresarial, sino también como sujeto que respeta la integridad y la conservación del medioambiente.

Teniendo en cuenta todo lo que hemos enunciado, cualquier comunicación al exterior de documentos e informaciones referentes a Carapelli, a los socios, o a otros sujetos con los que la Sociedad se relaciona debe tener lugar respetando las leyes, los reglamentos y las prácticas de conducta profesional vigentes. En cualquier caso está prohibida:

- la divulgación de noticias falsas o tendenciosas relacionadas con la Sociedad, los Socios u otros individuos con los que ésta mantiene relaciones en el desarrollo de sus actividades;
- cualquier forma de presión dirigida a obtener posiciones favorables hacia la Sociedad por parte de los medios de comunicación/información al público;
- con específica referencia a las informaciones de naturaleza financiera, la divulgación de eventuales informaciones reservadas obtenidas con ocasión de actividades empresariales.

Para garantizar la integridad y coherencia de las informaciones, la gestión de las relaciones de la Sociedad está reservada exclusivamente a las personas competentes; por lo tanto, los empleados de la Sociedad no pueden dar informaciones de ningún tipo a los representantes de la prensa y de los medios de información en general, ni mantener con éstos ningún tipo de contacto dirigido a difundir noticias de la empresa, sin la autorización del personal competente.

3.4 Prevención del conflicto de intereses

En el ejercicio de sus actividades, los Destinatarios deben evitar situaciones donde los sujetos implicados en las transacciones se hallen, o incluso sólo parezca que se hallan, en situación de conflicto de intereses.

Por conflicto de intereses debemos entender el caso en el que el Destinatario persiga un interés diferente de la misión de la Sociedad o realice actividades que de alguna manera puedan interferir con su capacidad de tomar decisiones exclusivamente en interés de ésta, o bien obtenga ventajas personales de oportunidades de negocios.

A título de ejemplo y sin ser exhaustivos, forman parte de las situaciones de conflicto de intereses las siguientes conductas:

- titularidad, incluso indirecta, de participaciones o asunción de intereses económico-financieros en Sociedades que sean proveedoras, clientes o competencia de la Sociedad;
- asunción de cargos sociales o realización de actividades laborales, de cualquier tipo, para los proveedores.

Los Destinatarios no pueden realizar actividades contrarias al interés de la Sociedad, siendo conscientes de que la persecución de dicho interés societario no podrá legitimar en ningún caso conductas contrarias al presente Código Ético.

En caso de conflicto de intereses, los Destinatarios informarán inmediatamente al órgano social competente y respetarán las decisiones que éste tome al respecto.

3.5 Prevención del blanqueo de dinero/Autoblanqueo

Los Destinatarios, en las diferentes relaciones establecidas con la Sociedad, en ningún caso y bajo ninguna circunstancia deberán verse implicados en sucesos relacionados con el blanqueo de dinero procedente de actividades criminales o en la receptación de bienes y otros efectos de procedencia ilícita.

Antes de establecer relaciones o estipular contratos con proveedores y otros socios en relaciones de negocios, la Sociedad y sus empleados y/o colaboradores deberán comprobar, sobre la base de las informaciones disponibles, la integridad moral, la reputación y la buena fama de la otra parte.

Cada área de empresa deberá dotarse de medidas adecuadas para garantizar que no se acepten formas de pago identificadas como instrumento de blanqueo de dinero ilícito. La sociedad está comprometida con el pleno respeto de todas las leyes contra el blanqueo de dinero vigentes a nivel mundial, incluidas las que prevén la denuncia de transacciones sospechosas en dinero al contado o de otra naturaleza. En particular, como sociedad de derecho italiano, la Fundación resulta sujeta, entre otras normas legales y reglamentarias, a las disposiciones de la Ley 197/1991 y del Decreto Legislativo 231/2007 que transponen los principios contenidos en las directivas de referencia de la Unión Europea en materia de lucha contra el blanqueo de dinero y tutela de la integridad del sistema financiero, así como a las disposiciones en materia de lucha contra el blanqueo de dinero (Ley n° 186 de 15 de diciembre de 2014 -Boletín Oficial del Estado Italiano n° 292 de 17 de diciembre de 2014).

SECCIÓN CUARTA

4. RELACIONES CON TERCEROS

4.1 Relaciones con el cliente

Carapelli basa su actividad de empresa y la gestión de sus negocios en la calidad, entendida no sólo como valor del producto, sino también como atención a las particulares exigencias de los clientes, en la profesionalidad, disponibilidad y tempestividad para dar respuesta a las demandas comerciales, y en examen puntual de las reclamaciones, para la plena satisfacción de sus clientes.

En sus relaciones con los clientes, los Destinatarios deberán actuar de manera correcta y clara, dando prioridad, en todas las ocasiones en que ello sea posible, a la forma escrita con la finalidad de evitar equívocos o malentendidos sobre el contenido de las relaciones comerciales que se mantienen.

4.2 Relaciones con la Administración Pública

Las relaciones con las Instituciones Públicas de cualquier nivel (local, regional, nacional), así como con los oficiales públicos o los responsables de servicios públicos, o bien con organismos, representantes, mandatarios, exponentes, miembros, empleados, asesores, responsables de funciones públicas, de Instituciones Públicas, de Autoridades de Vigilancia y/o de otras Autoridades Administrativas Independientes, y, en cualquier caso, toda relación de naturaleza pública, deben inspirarse siempre en el más riguroso cumplimiento de las disposiciones legales aplicables, en los principios de transparencias, honestidad y corrección, y no pueden comprometer bajo ningún concepto la integridad y la reputación de la Sociedad.

La Sociedad se compromete a mantener ante dichos sujetos, con los que mantiene relaciones constantes en el ejercicio de sus actividades de empresa, una conducta de máxima colaboración, caracterizada por la transparencia y la corrección.

Se les prohíbe a los Destinatarios dar o prometer regalos, dinero, beneficios y/o cualquier otra ventaja, personal o no, en el marco de las actividades que realiza Carapelli, que puedan generar en un tercero imparcial incluso sólo la sospecha de que la Sociedad ha actuado en interés o por cuenta de dichas personas, con excepción de los regalos de escaso valor que forman parte de las relaciones normales de cortesía o prácticas comerciales.

Los posibles regalos de escaso valor o los actos de cortesía o de acogida que no comprometan la integridad o la reputación de una de las partes requieren en todo caso previa autorización.

La gestión de las relaciones con miembros de las Administraciones Públicas queda reservada exclusivamente al personal encargado de las mismas y autorizado al efecto. En las relaciones con las Administraciones Públicas, los Destinatarios no deben influir impropiaemente en las decisiones de las administraciones interesadas, en particular de los funcionarios que tratan o deciden por cuenta de las mismas.

4.3 Relaciones con los proveedores

La Sociedad mantiene relaciones exclusivamente con proveedores y subproveedores que respetan las leyes en materia de derechos humanos, derechos laborales y medioambientales; por ello, la

Sociedad controla que el comportamiento ético de sus proveedores y subproveedores siga la línea de todo lo previsto en el presente documento, y en el caso de detectar la existencia de conductas no éticas procede a aplicar las medidas de sanción previstas.

La Sociedad basa su relación con los proveedores y subproveedores en la confianza a través de la gestión común de tecnología, información y formación con la finalidad de favorecer los procesos de innovación, creación y generación de valor.

Las relaciones con los proveedores se mantienen con lealtad, corrección, profesionalidad, fomentando colaboraciones continuadas y relaciones de confianza sólidas y duraderas.

La selección de los proveedores y el establecimiento de las condiciones de compra de bienes y servicios tienen lugar realizando valoraciones objetivas e imparciales, basadas en la calidad, el precio y las garantías ofrecidas.

En particular, el personal debe hacer referencia a los siguientes principios:

- los criterios de competencia, lealtad, capacidad, economicidad, transparencia, corrección y profesionalidad en la elección de los proveedores/profesionales y en la gestión de las relaciones con los mismos;
- el principio de la equidad en los pagos de emolumentos y/o de sumas por abastecimientos/encargos profesionales, basados en valoraciones objetivas e imparciales, así como la adecuada localización de la documentación referente a las ofertas;
- la imparcialidad en la selección de proveedores/profesionales y en el establecimiento de las condiciones de compra de bienes y servicios, para que tengan lugar sobre la base de valoraciones objetivas, basadas en la calidad, el precio y las garantías ofrecidas;
- no se admiten formas de “reciprocidad” con los proveedores: los bienes/servicios que la Sociedad busca se eligen y se adquieren exclusivamente sobre la base de su valor en términos de precio y calidad;
- cualquier negociación con un proveedor, actual o potencial, debe referirse exclusivamente a los bienes y servicios objeto de negocio con dicho proveedor;
- el personal encargado de las compras de bienes y servicios no debe sufrir ninguna forma de presión por parte de los proveedores para la donación de materiales, productos y/o sumas de dinero a favor de asociaciones de caridad/solidaridad o similares.

La asunción de compromisos y la gestión de las relaciones con los proveedores, actuales o potenciales, deben llevarse a cabo respetando las directivas en materia de conflicto de intereses.

4.3 Relaciones con las organizaciones políticas, sindicales y sociales

Carapelli contribuye al bienestar y al crecimiento de la comunidad en la que actúa, fomentando el diálogo con las comunidades locales, las instituciones públicas que las representan, las asociaciones sindicales o de cualquier otra naturaleza.

Las relaciones con los partidos políticos y sus representantes se caracterizan por el total respeto de la normativa vigente y de las directivas de la empresa.

La Sociedad fomenta y apoya iniciativas sociales, humanitarias y culturales, eventualmente incluso mediante la concesión de aportaciones a favor de fundaciones, instituciones, organizaciones o

entidades dedicadas a la realización de actividades sociales, culturales y, más en general, orientadas a la mejora de las condiciones de vida y a la difusión de una cultura de paz y solidaridad. El proceso de concesión de dichas aportaciones debe tener lugar en el respeto de las disposiciones normativas vigentes y debe quedar documentado de manera correcta y adecuada.

La Sociedad no fomenta ni mantiene ningún tipo de relación con organizaciones, asociaciones o movimientos que persigan, directa o indirectamente, finalidades ilícitas o de alguna manera prohibidas por la ley.

Las relaciones de la Sociedad con entidades privadas, como organizaciones sin ánimo de lucro y fundaciones, deben inspirarse en el respeto total de las disposiciones legales aplicables y no pueden comprometer bajo ningún concepto la integridad y la reputación de la Sociedad.

Está prohibido mantener relaciones con organizaciones, asociaciones o movimientos que persigan, directa o indirectamente, finalidades que constituyen ilícitos penales o que en cualquier caso están prohibidas por la ley.

SECCIÓN QUINTA

5. DISPOSICIONES FINALES

5.1 Sistema de sanción

Todos los empleados y colaboradores, si tuvieran conocimiento de presuntas violaciones del presente Código Ético, deben informar inmediatamente al Organismo de Vigilancia instituido con esta finalidad de conformidad con el Decreto.

En efecto, dicho órgano procederá a comprobar si las presuntas violaciones tienen fundamento, oyendo, si procede, a la persona que ha realizado el aviso y/o al presunto autor. Las sanciones impuestas por el órgano de la empresa competente serán proporcionales a la gravedad de las violaciones cometidas y, en cualquier caso, conformes con las disposiciones vigentes en materia de relaciones laborales.

Asimismo, las informaciones referentes a actos oficiales consecuencia de la inobservancia de las normas del Decreto (por ejemplo, medidas de los órganos de policía judicial, solicitud de asistencia legal enviada por directivos y/o empleados en caso de inicio de procedimiento judicial, etc.) deberán transmitirse obligatoriamente al Organismo de Vigilancia.

El cumplimiento de las disposiciones del Presente Código Ético debe considerarse parte esencial de las obligaciones contractuales de los empleados en aplicación y para los efectos del artículo 2104 del código civil italiano. La eventual violación de las disposiciones del Código Ético podrá constituir incumplimiento de las obligaciones de la relación laboral y/o ilícito disciplinario, según los procedimientos previstos en el artículo 7 del Estatuto de los Trabajadores italiano y de la contratación colectiva aplicable, con todas sus consecuencias legales, incluso en relación con el mantenimiento de la relación laboral, y podrá conllevar el resarcimiento de los daños provocados por dicha violación.

El respeto de los principios del presente Código Ético forma parte de las obligaciones contractuales asumidas por los colaboradores, asesores y demás sujetos que mantienen relaciones de negocios con la Sociedad. En consecuencia, la eventual violación de las disposiciones contenidas en dicho Código podrá constituir un incumplimiento de las obligaciones contractuales asumidas, con todas las consecuencias legales en relación con la resolución del contrato o del encargo otorgado, y con el resarcimiento de los daños derivados de la misma.

5.2 Adopción del código ético y modificaciones

El órgano de administración adopta el presente Código Ético. Sus eventuales modificaciones y/o actualizaciones serán aprobadas por el mismo órgano y se comunicarán inmediatamente a los Destinatarios.