



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

Aprobado por el Consejo de Administración el 14/07/2020

Carapelli Firenze S.p.A.
CON DOMICILIO SOCIAL EN TAVARNELLE VAL DI PESA (FLORENCIA), VIA LEONARDO
DA VINCI 31
INSCRITA EN EL REGISTRO MERCANTIL DE FLORENCIA CON EL 06271510965

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	3
SECCIÓN PRIMERA.....	4
1.....	DISPOSICIONES GENERALES
4	
1.1 Destinatarios.....	4
1.2 Obligaciones de los empleados y de los 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.....	Velar por la seguridad
8	
2.8.....	Racismo y xenofobia
9	
2.9.....	Protección del medioambiente
9	
2.10.....	Orientación a la calidad y a la satisfacción del consumidor
9	
2.11.....	Competencia
9	
SECCIÓN TERCERA.....	11
3.....	NORMAS DE COMPORTAMIENTO 11
3.1.....	Sistema de vigilancia
11	
3.2.....	Información societaria
11	
3.3.....	Comunicaciones societarias
12	
3.4.....	Prevención de los conflictos de interés
12	
3.5.....	Prevención del blanqueo/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

15	
4.3 Relaciones con las organizaciones, políticas, sindicales y sociales.....	15
SECCIÓN QUINTA.....	17
5.....	DISPOSICIONES FINALES
17	
5.1.....	Sistema sancionador
17	
5.2.....	Adopción del código deontológico y políticas
17	

INTRODUCCIÓN

Carapelli Firenze S.p.A. (en lo sucesivo «Carapelli» y la «Sociedad») se constituyó el 25 de noviembre de 2002 y tiene por objeto principalmente la producción, la comercialización y la exportación de aceite de oliva virgen, aceite de oliva, aceite de semillas y, en menor medida, también de otros productos derivados del procesamiento de las olivas.

La Sociedad, en su deseo de garantizar la máxima corrección en todos los comportamientos a favor de su imagen y reputación, ha decidido adecuarse a las disposiciones del Decreto Legislativo 231, de 8 de junio de 2001 («Normativa en materia de responsabilidad administrativa de las personas jurídicas, de las Sociedades y de las asociaciones, incluso sin personalidad jurídica», de conformidad con el artículo 11 de la Ley 300, de 29 de septiembre de 2000»), normativa (en lo sucesivo el «Decreto») que introdujo en el ordenamiento jurídico italiano la responsabilidad administrativa de la Sociedad al verificarse una serie de delitos tipificados cometidos por personas que, dentro de la Sociedad, desempeñan funciones de representación, administración o dirección, o por personas sometidas a su dirección o vigilancia.

La Sociedad ha considerado oportuno adoptar el presente documento (en lo sucesivo el «Código Deontológico»), que describe un conjunto de principios y de normas con objeto de difundir el estándar de comportamiento que todos los colaboradores, entendidos como administradores, empleados y todos aquéllos que, con independencia de la calificación jurídica de la relación, están obligados a respetar y a exigir su cumplimiento. En verdad, la Sociedad considera que una clara enunciación de los valores fundamentales en los que cada uno debe inspirarse en la consecución de sus objetivos empresariales es de importancia capital para el correcto desempeño de las propias actividades, y que constituye un elemento complementario válido al Modelo de organización, gestión y control (en lo sucesivo el «Modelo»).

El Consejo de Administración de la Sociedad ha aprobado el presente Código, comprometiéndose a garantizar su máxima difusión y, también mediante el órgano de vigilancia (en lo sucesivo el «Organismo de Vigilancia») creado de conformidad con el Decreto, vigila su cumplimiento.

SECCIÓN PRIMERA

1. DISPOSICIONES GENERALES

1.1 Destinatarios

La Sociedad guiará por los principios éticos y las normas de comportamiento de presente Código Deontológico todas las acciones, operaciones, relaciones y transacciones llevadas a cabo en la gestión de las diferentes actividades sociales.

El presente Código Deontológico vincula a todos aquellos que, dentro de las Sociedades, ejerzan funciones de representación, administración o dirección, o ejerzan, también en la práctica, su gestión y control; todos los empleados sin excepción alguna, los colaboradores (entre ellos, a mero título de ejemplo, asesores, proveedores, intermediarios, etc.) y cualquier otro que tenga con esta relaciones mercantiles (en lo sucesivo los «Destinatarios»).

Los Destinatarios se obligarán a observar a rajatabla las disposiciones del presente Código Deontológico al aceptar el cargo, o bien al firmar el contrato de trabajo o -en cualquier caso- desde el inicio de la colaboración con la Sociedad y durante todo el periodo en el que estos desempeñen actividades en esta o en su interés.

En concreto, los Administradores de la Sociedad deberán guiarse por los principios del Código Deontológico, a la hora de establecer los objetivos empresariales, a la hora de proponer las inversiones y realizar los proyectos, y en cualquier decisión o acción relativa a la gestión de la Sociedad. Asimismo, los dirigentes y los responsables de las funciones empresariales, en la ejecución concreta de la dirección de la Sociedad, deberán inspirarse en dichos principios, tanto internamente, reforzando así la cohesión y el espíritu de colaboración recíproca, como respecto a terceros con los cuales tengan relación.

La Sociedad se compromete así a garantizar la máxima difusión del presente Código Deontológico, incluso utilizando adecuadas herramientas cognoscitivas, de formación y de sensibilización respecto a sus contenidos.

1.2 Obligaciones de los empleados y de los colaboradores

Los empleados respetarán el Código Deontológico en el desempeño de sus funciones. En concreto, los empleados están obligados a:

- observar con diligencia las disposiciones del Código Deontológico, absteniéndose de comportamientos contrarios a este;
- transmitir al Organismo de Vigilancia cualquier noticia relativa a supuestas vulneraciones del presente Código Deontológico cometidas en el contexto empresarial;
- prestar la máxima colaboración en la comprobación de las posibles y/o supuestas vulneraciones del presente Código Deontológico;
- informar a terceros, con los que se mantengan relaciones mercantiles,

- sobre las normas del Código Deontológico y exigir su cumplimiento;
- exigir el respeto de las disposiciones del Código Deontológico en el desempeño de las actividades para las cuales estos sujetos tengan relación con la Sociedad;
- comunicar al Organismo de Vigilancia cualquier comportamiento que, en el marco de la relación existente entre la Sociedad y terceros, pudiera vulnerar -también de forma potencial las disposiciones del Código Deontológico, adoptando las iniciativas previstas en caso de incumplimiento del Código Deontológico;
- proteger a los denunciantes de situaciones relativas a comportamientos ilícitos, de los que hayan tenido conocimiento directo con motivo de su relación laboral (denuncia de irregularidades).

Colaboración, lealtad, honestidad y respeto recíproco definen las relaciones entre los empleados de cualquier nivel y terceros, con los que tienen contacto con motivo de las actividades laborales desempeñadas.

También se exige a los colaboradores de Carapelli (como a mero título de ejemplo: asesores, intermediarios, etc.), y a cualquiera que tenga con la Sociedad relaciones mercantiles, que se atengan a los principios recogidos en el Código Deontológico.

Además, la Sociedad se compromete a velar, incluso mediante la exposición en tablones de anuncios accesibles a todo el personal y la publicación en la intranet, la máxima difusión del Código Deontológico y a prever y aplicar, con coherencia, imparcialidad y uniformidad, sanciones proporcionales a las vulneraciones que pudieran producirse, y en cualquier caso conformes con 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 se adecua a los principios éticos (en lo sucesivo también los «Principios») enunciados a continuación:

- legalidad;
- igualdad e imparcialidad;
- transparencia, corrección y profesionalidad;
- confidencialidad;
- valor de la persona y de los recursos humanos;
- velar por la seguridad;
- racismo y xenofobia;
- protección del medioambiente;
- orientación a la calidad y a la satisfacción del consumidor;
- competencia.

2.2 Legalidad

El comportamiento individual y colectivo de todos los Destinatarios en la conclusión de cualquier operación -en el marco de la consecución de los objetivos propios de la Sociedad- deberá ajustarse siempre a las políticas empresariales y traducirse en concreto en colaboración, responsabilidad social y respeto de las leyes nacionales e internacionales.

La Sociedad es consciente de todas las iniciativas legislativas nacionales e internacionales que pretenden atajar el fenómeno de la conocida como «corrupción privada». Los Destinatarios deberán abstenerse de:

a) prometer, ofrecer o conceder, directamente o mediante un intermediario, un beneficio indebido de cualquier naturaleza a una persona, ni a título personal ni para un tercero, que desempeñe funciones directivas o laborales de cualquier tipo por cuenta de una entidad del sector privado, a fin de que realice u omita un acto vulnerando un deber;

b) solicitar o recibir, directamente o a través de un intermediario, un beneficio indebido de cualquier naturaleza, o bien aceptar la promesa de dicho beneficio, a título personal o para un tercero, en el desempeño de funciones directivas o laborales de cualquier tipo por cuenta de una entidad del sector privado, para acometer u omitir un acto, vulnerando un deber.

No se admite ninguna forma de regalo que pueda interpretarse como exagerada respecto a las prácticas comerciales o de cortesía normales. Esto afecta tanto a los regalos prometidos u ofrecidos como a los recibidos, entendiéndose por regalo cualquier tipo de beneficio (por ejemplo: promesa de un puesto de trabajo, condonación de una deuda, prestaciones de servicios a título gratuito o a condiciones que no se ajusten al mercado, etc.). El Grupo se

abstendrá de prácticas no permitidas por la ley, por las costumbres mercantiles o por los códigos deontológicos, si los hay, con las empresas o entidades con las que tiene relación.

2.3 Igualdad e imparcialidad

Carapelli velará por el respeto y promoverá la dignidad humana; que no debe sufrir discriminación por razón de edad sexo, orientación sexual, condiciones personales y sociales, raza, idioma, nacionalidad, opiniones políticas y sindicales y creencias religiosas. Por ello, no se toleran los comportamientos discriminatorios.

Además, en la gestión de las diferentes actividades sociales y en todas las decisiones asociadas (como a mero título de ejemplo la gestión del personal y la organización del trabajo, las relaciones con la colectividad y las instituciones que la representan, etc.), los Destinatarios deben actuar con imparcialidad en el mejor interés de la Sociedad, tomando las decisiones con rigor 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, los comportamientos de los Destinatarios deberán guiarse por la máxima transparencia y corrección. En efecto, en la gestión de las actividades los Destinatarios deberán transmitir información transparente, veraz, completa y exacta.

El desempeño de las actividades sociales se guiará por criterios de profesionalidad, compromiso y diligencia adecuados a la naturaleza de los cometidos y de las responsabilidades asignados a cada uno.

2.5 Confidencialidad

La confidencialidad es una regla imprescindible en cualquier conducta. La Sociedad garantizará, así, la confidencialidad de la información en su posesión y se abstendrá de utilizar datos reservados, salvo en caso de autorización expresa y consciente y, en cualquier caso, siempre con la más rigurosa observancia de la normativa que vela por los datos personales.

La obligación de confidencialidad se extiende, además de a la información referente a la Sociedad, también a la información de clientes, proveedores y otros sujetos con los que se mantienen relaciones mercantiles.

En el marco de las diferentes relaciones con la Sociedad y con sus interlocutores, los Destinatarios deberán abstenerse de utilizar información reservada y no de dominio público, de la que han tenido conocimiento con motivo de su cargo y/o profesión, para fines personales y, en cualquier caso, ajenos al ejercicio de la actividad laboral o profesional asignada o desempeñada en el interés de la Sociedad.

Ningún empleado o colaborador podrá beneficiarse de ningún modo, directa o indirectamente, de forma personal o patrimonial, del uso de información confidencial. Solo sujetos autorizados procederán a comunicar a terceros la información y, en cualquier caso, lo harán de conformidad con las disposiciones empresariales. En la comunicación de la información a terceros, permitida por razones de cargo o profesionales, deberá indicarse expresamente el carácter

confidencial de la información y exigirse el cumplimiento de la obligación de confidencialidad al tercero.

En caso de acceder a información de tipo electrónico protegida por contraseña, solo podrán conocerla los sujetos receptores, que tendrán la obligación de no divulgarla ni conservarla.

2.6 Valor de la persona y de los recursos humanos

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

A fin de valorar las capacidades y las competencias de cada uno, se adoptarán criterios de mérito y se garantizará a todos la igualdad de oportunidades. En consecuencia, la gestión de los recursos humanos apunta a la mejora y al incremento de las capacidades de cada uno.

La organización del trabajo pretende evitar cualquier situación de opresión organizativa y/o de violencia psicológica. Se garantizarán condiciones de trabajo que ayuden a desempeñar los propios cometidos en un clima de colaboración, respeto y tranquilidad.

Asimismo, Carapelli se compromete a ejercer la autoridad con equidad y corrección, evitando cualquier abuso. En concreto, la autoridad nunca deberá transformarse en ejercicio del poder en detrimento de la dignidad y autonomía de los empleados y colaboradores en sentido amplio.

2.7 Velar por la seguridad

La Sociedad promueve y garantiza la salud y la seguridad laboral de sus empleados y colaboradores en todos los lugares en los que estos deben desempeñar su actividad laboral, además de fomentar condiciones de trabajo seguras.

La Sociedad se compromete a garantizar condiciones de trabajo respetuosas con la dignidad individual y entornos de trabajo seguros y salubres, también mediante la difusión de una cultura de la seguridad y de la concienciación sobre los riesgos, promoviendo comportamientos responsables y respetuosos con el sistema de seguridad adoptado y con los procedimientos empresariales que forman parte de este. Los empleados, los colaboradores y cualquier otra persona que acceda -en cualquier concepto- a las dependencias de la Sociedad, deberán contribuir personalmente a velar por la seguridad.

Por lo tanto, en esta perspectiva la Sociedad se compromete a:

- desempeñar actividades seguras a favor de la integridad y la salud de sus empleados y de todos aquellos que trabajan para la Sociedad, accediendo a sus oficinas y plantas productivas;
- garantizar que todos aquellos que desempeñan su actividad laboral para la Sociedad sean informados y formados sobre los riesgos asociados a la seguridad a los que estos se exponen -en cada caso-, garantizando todos los medios y los equipos de protección individual exigidos por la normativa vigente en relación con la tipología de actividad desempeñada;
- reconsiderar periódicamente y supervisar de forma continua las prestaciones y la eficiencia del propio sistema para atajar los riesgos asociados a la seguridad, para mantener lugares de trabajo seguros en

los que se vele por la integridad de todas las personas implicadas en las actividades de la Sociedad.

2.8 Racismo y xenofobia

La sociedad condena de modo firme y tajante cualquier forma de racismo y xenofobia. Por lo tanto, todos los Destinatarios del Código Deontológico, cada uno con motivo de su cometido, deben impedir fenómenos de propaganda, o fenómenos de instigación e incitación de los crímenes de genocidio, de los crímenes contra la humanidad y de los crímenes de guerra e informar de inmediato a los sujetos competentes, cuando sean sabedores de fenómenos asociados a formas de racismo y xenofobia.

2.9 Protección del medioambiente

La Sociedad respeta el medioambiente como recurso que debe protegerse, en beneficio de la colectividad y de las generaciones futuras. En efecto, se compromete en un desarrollo económico compatible con el desarrollo sostenible, garantizando un entorno próspero y saludable.

Las actividades de la Sociedad se llevarán a cabo teniendo en cuenta criterios medioambientales orientados a prevenir la contaminación y a controlar el consumo de los recursos naturales, a fin de minimizar los impactos negativos en el medioambiente.

Por lo tanto, los destinatarios del presente Código deben:

- colaborar en la promoción del respeto y el cuidado del medioambiente;
- utilizar las tecnologías disponibles para prevenir, o reducir, la emisión de gases, vertidos y la contaminación acústica;
- gestionar los residuos promoviendo el recurso a las prácticas de reciclaje y recuperación;
- limitar el consumo de recursos, incentivando sistemas de ahorro.

2.10 Orientación a la calidad y a la satisfacción del consumidor

Carapelli persigue su éxito eligiendo directamente sus aceites de proveedores seleccionados para ofrecer a los consumidores finales una gama distintiva de aceites con el deseo de satisfacer sus necesidades.

La Sociedad reconoce que la valoración de los demandantes de productos es de importancia capital para el éxito de la Sociedad y, por lo tanto, se compromete a:

- suministrar con eficiencia y cortesía productos de alta calidad que respondan o superen las expectativas razonables del cliente, respetando los estándares más elevados en la selección de las materias primas, en las técnicas de producción utilizadas y en los controles realizados;
- transmitir información precisa y exhaustiva sobre los productos de modo que el cliente pueda tomar decisiones de forma consciente;
- garantizar estándares de calidad adecuados de los productos/servicios ofertados;
- atenerse a la verdad en las comunicaciones publicitarias o de otro tipo.

2.11 Competencia

Es muy importante para la Sociedad que el mercado se base en una competencia correcta y leal, por lo que se compromete:

- a observar a rajatabla las leyes en la materia;
- a colaborar con las autoridades reguladoras del mercado;
- a abstenerse de tener y/o incentivar comportamientos que puedan suponer formas de competencia desleal.

SECCIÓN TERCERA

3. NORMAS DE COMPORTAMIENTO

3.1 Sistema de vigilancia

El sistema de vigilancia representa una herramienta fundamental para gestionar y supervisar las actividades empresariales. En consecuencia, la Sociedad promueve y difunde, a nivel empresarial, la cultura de la vigilancia, sensibilizando sobre la relevancia del sistema de controles internos y del respeto, en el desempeño de las actividades, de la normativa vigente.

Deben entenderse por controles internos todas las herramientas necesarias o útiles para dirigir, gestionar y verificar la actividad, con el objetivo de garantizar el respeto de las leyes y de los procedimientos empresariales, proteger los bienes empresariales, gestionar de modo eficiente las actividades y ofrecer datos contables y financieros exactos y completos.

Todo el personal, en el marco de las funciones desempeñadas, será responsable de la definición y del correcto funcionamiento del sistema de control mediante los controles de línea, constituidos por el conjunto de las actividades de vigilancia que cada unidad operativa realiza en los procesos.

Los empleados y los colaboradores deberán, en aquello de su competencia:

- colaborar activamente en el correcto y eficaz funcionamiento del sistema de controles internos;
- custodiar los bienes empresariales de forma responsable, ya sean materiales o inmateriales, necesarios para la actividad desempeñada y a no hacer un uso inadecuado de ellos.

A las funciones empresariales encargadas y al Organismo de Vigilancia se les garantizará el libre acceso a los datos, a la documentación y a cualquier información útil para el desempeño de la actividad de vigilancia.

3.2 Información societaria

Cualquier acción, operación o transacción deberá registrarse correctamente en el sistema de contabilidad empresarial según los criterios indicados por la ley y los principios contables aplicables, y además deberá ser debidamente autorizada, verificable, legítima, coherente y consecuente.

De manera que la contabilidad responda a los requisitos de veracidad, exhaustividad y transparencia del dato registrado, para cada operación deberá conservarse una documentación justificativa completa y adecuada de la actividad desempeñada, a fin de permitir:

- el registro contable exacto;
- la identificación inmediata de las características y de los motivos subyacentes a dicha operación;

- la fácil reconstrucción formal y cronológica de la operación;
- la verificación del proceso de decisión, de autorización y de realización, así como la identificación de los diferentes niveles de responsabilidad.

Cada operador se encargará, en aquello de competencia, de registrar cualquier hecho relativo a la gestión de la Sociedad en la contabilidad de forma rápida y correcta. Cada registro contable deberá reflejar exactamente los resultados de la documentación justificativa. Por lo tanto, competará al personal encargado permitir que la documentación sea fácilmente localizable y esté ordenada por criterios lógicos.

La circulación de la información, en aras de la redacción de las cuentas anuales y con el fin de garantizar una representación clara y veraz de la situación económica, patrimonial y financiera de la Sociedad, deberá realizarse conforme a los principios de veracidad, exhaustividad y transparencia.

3.3 Comunicaciones societarias

La comunicación prestada a los medios informativos desempeña un papel esencial a efectos de la valoración de la imagen de la Sociedad y de la creación / mantenimiento de los canales de diálogo abiertos y transparentes con los interesados.

En consecuencia, toda la información referente a la Sociedad deberá prestarse de manera puntual, veraz y transparente, para ofrecer al exterior una imagen positiva de la Sociedad no solo en términos de sujeto empresarial, sino también como sujeto respetuoso de la integridad y de la conservación del medioambiente.

A la luz de lo anterior, cada comunicación al exterior de documentos e información sobre Carapelli, los socios u otros sujetos con los cuales esta se relaciona deberá realizarse respetando las leyes, los reglamentos y las prácticas de conducta profesional vigentes. En cualquier caso, se prohíbe:

- la divulgación de noticias falsas o tendenciosas referentes a la Sociedad, los socios u otros sujetos con los cuales esta se relacione en el desempeño de sus actividades;
- cualquier forma de presión orientada a recibir trato de favor por parte de los órganos de comunicación/información al público;
- en referencia específica a la información de naturaleza financiera, la divulgación de posible información confidencial recabada con motivo de las actividades empresariales.

Para garantizar una información completa y coherente, la gestión de las relaciones de la Sociedad se reserva exclusivamente a los sujetos encargados; por lo tanto, los empleados de la Sociedad no pueden facilitar información de cualquier naturaleza a los representantes de la prensa y a los órganos de información en general, ni tener con estos ningún tipo de contacto para la difusión de noticias empresariales, sin la autorización de las funciones competentes.

3.4 Prevención de los conflictos de interés

En la gestión de las propias actividades, los Destinatarios deben evitar situaciones en las que los sujetos implicados en las transacciones estén, o

simplemente puedan parecerlo, en conflicto de interés.

Se entiende por conflicto de interés el caso de que el Departamento persiga un interés diferente de la misión de la Sociedad o realice actividades que puedan, en cualquier caso, interferir con su capacidad de asumir decisiones en el interés exclusivo de esta, o bien se beneficie personalmente de oportunidades mercantiles.

A título de ejemplos no exhaustivos, suponen situaciones de conflicto de interés las siguientes conductas:

- tenencia, también indirecta, de participaciones o asunciones de intereses económico-financieros en empresas que sean proveedoras, clientes o competidoras de la Sociedad;
- asunción de cargos sociales o desempeño de actividades laborales, de cualquier tipo, en proveedores.

Los Destinatarios se abstendrán de desempeñar actividades contrarias al interés de la Sociedad, siendo conscientes de que la persecución de este interés no podrá legitimar -en cambio- conductas contrarias a los principios del presente Código Deontológico.

En caso de conflicto de interés, los Destinatarios informarán sin demora el órgano social competente, acatando las decisiones tomadas por dicho órgano a este respecto.

3.5 Prevención del blanqueo/autoblanqueo

Los Destinatarios, en el marco de las diferentes relaciones establecidas con la Sociedad, no deberán, de ningún modo y en ninguna circunstancia, estar implicados en asuntos asociados al blanqueo de capitales procedentes de actividades delictivas o a la receptación de bienes u otros beneficios de procedencia ilícita.

Antes de establecer relaciones o celebrar contratos con proveedores y otros colaboradores en relaciones mercantiles, la Sociedad y sus empleados y/o colaboradores deberán asegurarse, basándose en la información disponible, acerca de la integridad moral, la reputación y el buen nombre de la contraparte.

Cada departamento empresarial deberá incorporar medidas adecuadas para garantizar que no se aceptan formas de pago identificadas como instrumento de blanqueo de dinero ilícito. La sociedad se compromete a respetar plenamente todas las leyes de lucha contra el blanqueo vigentes a nivel mundial, incluidas las que prescriben la denuncia de transacciones sospechosas en dinero en metálico o de otra naturaleza. En particular, como Sociedad de derecho italiano, la Fundación está 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 recogidos en las directivas de referencia de la Unión Europea en materia de lucha contra el blanqueo y salvaguarda de la integridad del sistema financiero, así como las disposiciones

en materia de lucha contra el blanqueo (Ley 186, de 15 de diciembre de 2015 - B.O. 292, de 17 de diciembre de 2014).

SECCIÓN CUARTA

4. RELACIONES CON TERCEROS

4.1 Relaciones con el cliente

Carapelli basa la actividad empresarial y la gestión de los negocios en la calidad, entendida no solo como nobleza del producto sino también como atención prestada a las exigencias específicas de los clientes, la profesionalidad, la disponibilidad y la rapidez en la respuesta a las demandas comerciales y al examen puntual de las reclamaciones, apostando por la satisfacción plena de los propios clientes.

En las relaciones con los clientes, los Destinatarios deberán tener posturas correctas y claras priorizando, siempre que sea posible, la forma escrita para evitar equívocos o malentendidos acerca del contenido de las relaciones comerciales existentes.

4.2 Relaciones con la Administración Pública

Las relaciones con las Instituciones Públicas, a cualquier nivel (local, regional y nacional), así como con funcionarios públicos o encargados de servicios públicos, o bien órganos, representantes, mandatarios, exponentes, miembros, empleados, asesores, encargados de funciones públicas, de Instituciones Públicas, de Autoridades de Vigilancia y/o de otras Autoridades Administrativas Independientes y, en cualquier caso toda relación de carácter publicitario, deberán guiarse siempre por la observancia más rigurosa de las disposiciones legales aplicables, los principios de transparencia, honestidad y corrección, y no podrán comprometer de ninguna manera la integridad y la reputación de la Sociedad.

La Sociedad se compromete a mantener con estos sujetos, con los que se relaciona constantemente en el desempeño de sus actividades empresariales, una postura de máxima colaboración, caracterizada por la transparencia y la corrección.

Se prohíbe a los Destinatarios dar o prometer gratificaciones, dinero, beneficios y/o cualquier otra ventaja, personal o de otro tipo, en el marco de las actividades desempeñadas para Carapelli, de modo que puedan generar, en un tercero imparcial, simplemente la sospecha de haber actuado en el interés y por cuenta de este, a excepción de las gratificaciones de módico valor asociadas a las relaciones de cortesía normales o a prácticas comerciales.

Las posibles gratificaciones de módico valor o los actos de cortesía o de hospitalidad, que no comprometen la integridad ni la reputación de una de las partes, deberán en cualquier caso autorizarse previamente.

La gestión de las relaciones con miembros de la Administración Pública se reserva exclusivamente a las funciones empresariales encargadas y autorizadas para ello. En las relaciones con la Administración Pública, los Destinatarios no deben influir de forma impropia en las decisiones de las

Administraciones en cuestión, en concreto de los funcionarios que traten o decidan en representación de estas.

4.3 Relaciones con los proveedores

La Sociedad mantendrá relaciones exclusivamente con proveedores y subproveedores que observen las leyes en materia de derechos humanos, derechos laborales y medioambientales, por lo tanto, la Sociedad comprobará que el comportamiento ético de sus proveedores y subproveedores se ajuste a lo previsto en el presente Código y, en caso de identificar conductas no éticas, aplicará las medidas de sanción previstas.

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

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

La selección de los proveedores y la determinación de las condiciones de compra de bienes y servicios se realizan por medio de evaluaciones objetivas e imparciales, basadas en la calidad, el precio y las garantías ofrecidas.

En concreto, el personal deberá remitirse 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 estos;
- el principio de igualdad en la asignación de todas las remuneraciones y/o cuantías pagadas por suministros/cometidos profesionales, con base en valoraciones objetivas e imparciales, así como la adecuada trazabilidad de la documentación relativa a las ofertas;
- la imparcialidad en la selección de los proveedores/profesionales y en la determinación de las condiciones de compra de bienes y servicios, de modo que se realicen en virtud de evaluaciones 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 demanda se seleccionan y compran únicamente con base en su valor en términos de precio y calidad;
- cualquier negociación con un proveedor, actual o potencial, deberá referirse únicamente a bienes y servicios objeto de negociación con el proveedor;
- el personal encargado de comprar bienes y servicios no deberá sufrir ninguna forma de presión, por parte de los proveedores, para la donación de materiales, productos y/o cuantías de dinero a favor de asociaciones de beneficencia/solidaridad o similares.

La asunción de compromisos y la gestión de las relaciones, actuales y potenciales, deberá desarrollarse respetando las directrices en materia de conflicto de interés.

4.4 Relaciones con las organizaciones, políticas, sindicales y sociales

Carapelli contribuiría al bienestar y al crecimiento en las comunidades en las

que opera, favoreciendo el diálogo con las comunidades locales, las instituciones públicas que las representan, las asociaciones sindicales o de otro tipo.

Las relaciones con partidos políticos o sus representantes se caracterizarán por el respeto más riguroso de la normativa vigente y las directrices empresariales.

La Sociedad favorecerá y apoyará iniciativas sociales, humanitarias y culturales, en su caso también mediante la concesión de subvenciones a favor de fundaciones, instituciones, organizaciones o entidades dedicadas a las actividades sociales, culturales y, 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 estas ayudas se llevará a cabo respetando las disposiciones normativas vigentes, además de ser documentado correcta y adecuadamente.

La Sociedad no promoverá ni mantendrá ningún tipo de relación con organizaciones, asociaciones o movimientos que persigan, directa o indirectamente, finalidades ilícitas o, en cualquier caso, prohibidas por la ley.

Las relaciones de la Sociedad con entidades privadas, como ONLUS y otros organismos sin ánimo de lucro, deberán inspirarse en la observancia más rigurosa de las disposiciones legales aplicables y no podrán comprometer, de ninguna manera, la integridad ni la reputación de la Sociedad.

Se prohíbe tener relación con organizaciones, asociaciones o movimientos que persigan, directa o indirectamente, finalidades ilícitas desde el punto de vista penal o, en cualquier caso, prohibidas por la ley.

SECCIÓN QUINTA

5. DISPOSICIONES FINALES

5.1 Sistema sancionador

Todos los empleados y los colaboradores, en caso de que tuvieren conocimiento de presuntas vulneraciones del presente Código Deontológico, deberán informar sin demora al Organismo de Vigilancia debidamente creado de conformidad con el Decreto.

Este órgano comprobará el fundamento de las presuntas vulneraciones oyendo, si procediere, a la persona denunciante y/o al presunto autor. Las sanciones aplicadas, por el órgano empresarial competente, serán proporcionales a la gravedad de las infracciones cometidas y, en cualquier caso, se ajustarán a las disposiciones vigentes en materia de relaciones laborales.

Además, deberá transmitirse obligatoriamente al Organismo de Vigilancia la información relativa a los actos oficiales consiguientes al incumplimiento de las normas del Decreto (ej. medidas por parte de órganos de la policía judicial, peticiones de asistencia legal remitidas por los dirigentes y/o por los empleados en caso de incoación de un procedimiento judicial, etc.).

La observancia de las disposiciones del presente Código Deontológico deberá considerarse parte esencial de las obligaciones contractuales de los empleados con arreglo y a los efectos del art. 2104 del Código civil. La posible vulneración de las disposiciones del Código Deontológico podrá constituir un incumplimiento de las obligaciones de la relación laboral y/o una infracción disciplinaria, de conformidad con los procedimientos previstos en el art. 7 del Estatuto de los Trabajadores y del convenio colectivo aplicable, con las consecuencias legales, también en relación con el mantenimiento de la relación laboral, y podrá implicar el resarcimiento de los daños ocasionados por esta.

El respeto de los principios del presente Código Deontológico es parte de las obligaciones contractuales asumidas por los colaboradores, asesores y otros sujetos que tienen relaciones mercantiles con la Sociedad. En consecuencia, la posible vulneración de las disposiciones que este contiene podrá constituir un incumplimiento de las obligaciones contractuales asumidas, con todas las consecuencias legales referentes a la rescisión del contrato o del cometido otorgado, y al resarcimiento de los daños derivados.

5.2 Adopción del código deontológico y modificaciones

El órgano de administración aprueba el presente Código Deontológico. Sus posibles modificaciones y/o actualizaciones serán aprobadas por el mismo órgano y se comunicarán de inmediato a los Destinatarios.