

CÓDIGO ÉTICO DE LA EMPRESA

Política de Calidad de los empleados - Principios y valores que guían la conducta de la empresa.

El espíritu emprendedor de nuestra realidad se ha basado siempre en valores sólidos, reflexos de su origen y de su historia. En estos valores, el hombre ha ocupado un lugar central dentro de la empresa. En este contexto, proponemos una política social ambiciosa, dirigida a favorecer el desarrollo nuestro y de nuestros colaboradores.



Indice

| | | |
|-------|---|----|
| 1. | INTRODUCCIÓN A LA EMPRESA..... | 3 |
| 1.1. | Premisa..... | 3 |
| 1.2. | Por qué adoptar un Código ético?..... | 3 |
| 1.3. | Misión de la Empresa..... | 3 |
| 1.4. | Visión de la Empresa..... | 4 |
| 1.5. | Principios generales de la política de la Empresa..... | 4 |
| 2. | VALORES DE REFERENCIA..... | 4 |
| 2.1. | Criterios generales | 4 |
| 2.2. | Imparcialidad..... | 4 |
| 2.3. | Honestidad..... | 4 |
| 2.4. | Igualdad..... | 4 |
| 2.5. | Lealtad..... | 5 |
| 2.6. | Protección de la salud y mejora de la persona..... | 5 |
| 2.7. | Protección de la privacidad..... | 5 |
| 2.8. | Protección del medio ambiente..... | 5 |
| 2.9. | Protección de la reputación de C.T.S. | 5 |
| 2.10. | Protección y uso correcto de los activos de la Empresa | 5 |
| 2.11. | Transparencia y integridad de la información..... | 6 |
| 2.12. | Conflictos de intereses..... | 6 |
| 2.13. | Selección de personal..... | 6 |
| 2.14. | Comunicación interna..... | 6 |
| 2.15. | Regalos, beneficios..... | 7 |
| 2.16. | Competencia..... | 7 |
| 2.17. | Control contable y transparencia..... | 7 |
| 3. | OTROS PRINCIPIOS- RELACIONES CON LAS PARTES INTERESADAS | 7 |
| 3.1. | Junta de accionistas | 7 |
| 3.2. | Consejo de Administración..... | 8 |
| 3.3. | Empleados..... | 8 |
| 3.4. | Clientes..... | 8 |
| 3.5. | Proveedores..... | 9 |
| 3.6. | Administración pública | 10 |
| 3.7. | Colaboradores externos..... | 10 |
| 3.8. | Asociaciones, organizaciones políticas, sindicatos..... | 10 |
| 4. | APPLICACIÓN..... | 10 |
| 4.1. | Diffusione e rispetto del codice etico..... | 10 |
| 4.2. | Notificaciones..... | 11 |
| 4.3. | Cumplimiento..... | 11 |



Artículo 1: INTRODUCCIÓN A LA EMPRESA

3

- 1.1. Premisa**
C.T.S. S.r.l. fue fundada en 2011 por la voluntad de sus socios de poner en práctica décadas de experiencia en el campo del Servicio Global y la Gestión de Instalaciones bajo el aspecto predominantemente técnico. Su objetivo consiste en estudiar, analizar, diseñar y coordinar servicios integrados de mantenimiento de edificios y plantas industriales, comerciales, bancarias y similares con el fin de optimizarlas para llegar a la satisfacción y ahorro del cliente. Los miembros de **C.T.S. S.r.l.** son principalmente técnicos que ponen a disposición sus conocimientos persiguiendo un continuo desarrollo de habilidades y una atención constante hacia la innovación tecnológica.
- 1.2. Por qué adoptar un código ético?**
Este Código ha sido preparado para definir claramente el conjunto de principios y valores que forman las actividades de **C.T.S.** y a cuya observancia se mantienen todos aquellos que entretienen, de cualquier manera, unas relaciones con **C.T.S.** (administradores, empleados, consultores, agentes, proveedores de servicios, ...). El compromiso de todos es esencial para garantizar que las actividades de la empresa se realicen de conformidad con la ley, en un marco de competencia leal, honestidad, integridad, imparcialidad y buena fe, respetando los intereses legítimos de los clientes. De ninguna manera la convicción de actuar en beneficio de la Empresa puede justificar la adopción de un comportamiento en contraste con estos principios. El cumplimiento de las disposiciones del Código debe considerarse una parte esencial de las obligaciones contractuales de los empleados y colaboradores externos de la Empresa de conformidad con la ley. Los contratos con los proveedores recibirán una cláusula de rescisión específica en caso de violación de las normas de este Código de ética por parte de terceros.
- 1.3. Misión de la Empresa**
El contacto cercano con los clientes nos lleva a comprender plenamente las necesidades y dificultades de entregar un servicio de mantenimiento a proveedores más o menos en línea con la política de la empresa. Nos ofrecemos como intermediario entre las partes con transparencia y imparcialidad con el fin de cumplir con las expectativas y coordinar los proveedores de servicios de la mejor manera posible.
La fase de diseño es la que distingue **C.T.S.** El conocimiento de las necesidades del cliente, de los problemas de los instaladores y las solicitudes de mantenimiento son partes integrantes de un de un único camino hacia la satisfacción del cliente, la optimización de las instalaciones y una reducción de costes de operación y mantenimiento.
La gestión de mantenimiento se compone de varias fases.
C.T.S. es capaz de planificar las actividades de mantenimiento con los métodos y plazos más adecuados (con especial atención a los plazos reglamentarios para aquellas instalaciones que lo requieran). Es capaz de verificar in situ la competencia de los proveedores de mantenimiento y el estado de las instalaciones. Examina los informes de las intervenciones destacando las anomalías en los costes o en la repetitividad de las intervenciones.
Comprobar que el proveedor cumpla con el contrato estipulado especialmente en el prestar el servicio solicitado por el cliente es la actividad principal de **C.T.S.** que se encarga también de supervisar el servicio en todos los aspectos, de la coordinación y gestión de las acciones correctivas y del control y supervisión de técnicos in situ asegurando que la calidad se mantenga en el rango esperado.
Periódicamente se publica un informe, tanto económico como técnico, sobre las actividades realizadas en las plantas, con el fin de analizar los presupuestos y considerar si tomar iniciativas técnicas compartidas.



1.4. **Visión de la Empresa**

C.T.S., en su intención de continuar bajo el signo del crecimiento a través de una expansión de su oferta, considera que mantener y desarrollar su reputación y credibilidad es un recurso esencial hacia los usuarios y todos aquellos que tienen interés en lograr la misión de la empresa. La pasión es una fuente inagotable de inspiración que alimenta el motor en busca de nuevos desafíos. Producir una "nueva sensación de seguridad" y un "cálido placer" son los objetivos para garantizar emociones y satisfacciones a los clientes.

1.5. **Principios generales de la política de la empresa**

La compañía ha adoptado un conjunto de "valores" y "principios" corporativos para perseguir una gestión cuidadosa y responsable de sus actividades y de sus interacciones con todas las partes interesadas. Por lo tanto ha identificado su propia visión corporativa (que se puede definir como "el sueño que se debe realizar") y ha determinado sus propios principios que inspiran los comportamientos y conductas de la misma Empresa hacia las principales categorías de partes interesadas y el contexto social en su conjunto. Los valores describen la forma en que se espera que todos los empleados de C.T.S. se comportan todos los días en su trabajo, en relación con los clientes y compañeros de trabajo, con los resultados perseguidos y con el mundo circundante. Estos valores ayudan a la Empresa a transformar su visión en realidad.

El éxito de C.T.S. depende de su compromiso de aplicar una política empresarial adecuada y es por eso que la Empresa:

- persigue con equidad y transparencia los objetivos de eficiencia, eficacia y rentabilidad con el fin de aumentar los niveles de beneficios y competitividad de sus clientes y lograr, a través de la actualización constante, los estándares actuales de innovación;
- promueve la mejora de los recursos humanos a través del crecimiento profesional y la participación en los objetivos de la empresa, prestando atención a las necesidades y expectativas de sus empleados.
- persigue un enfoque innovador con el objetivo de crear valor a través de la interpretación de las necesidades del mercado y mediante la búsqueda de soluciones avanzadas.

Artículo 2: VALORES DE REFERENCIA

2.1. **Criterios generales**

C.T.S. cree que, en una economía de mercado, la competencia, ejercida de manera ética, representa la mejor manera de garantizar beneficios a todos los interesados y se esfuerza por procurar que todas las operaciones y el comportamiento del personal y colaboradores realizadas en el desempeño de sus deberes y responsabilidades se caractericen por la máxima honestidad, imparcialidad, confidencialidad y transparencia.

Específicamente los valores en los que C.T.S. se inspira:

2.2. **Imparcialidad**

Forma de operar y juzgar de manera objetiva y ecuánime, sin favoritismo para ninguna de las partes involucradas, ya sean públicas o privadas o vinculadas al receptor por relaciones de amistad, enemistad, parentesco o afinidad.

2.3. **Honestidad**

No se realizan actos ilegales, ilícitos o malvados, no sólo para cumplir con los principios legales o morales y con el Código sino también por un profundo sentido de la justicia: los destinatarios deben ser conscientes del significado ético de sus acciones, no deben ni perseguir beneficios personales o comerciales a expensas de las leyes vigentes y de las reglas que se describen aquí, ni realizar acciones que, según el sentido común de conciencia, contrastan con la honestidad.

2.4. **Igualdad**

C.T.S. S.r.l.

Este Código Ético se publica en el sitio web de la Empresa www.ctssrl.eu en una sección especial dedicada



Uniformidad de trato y relación social con cada interlocutor, independientemente de las diferencias en edad, sexo, raza, discapacidad física, religión, posición en la empresa, poder económico, influencia social.

- 2.5. Lealtad**
Capacidad por parte de todos los empleados y colaboradores de cumplir con las obligaciones contraídas en el contrato (de empleo o colaboración) y de asegurar los servicios requeridos. Conocimiento y observación de las normas éticas contenidas en este Código y una conducta caracterizada por el mutuo respeto y cooperación. Cada persona involucrada también debe ser consciente de que el logro de los objetivos establecidos es directamente proporcional al sentido de responsabilidad y lealtad invertido.
- 2.6. Protección de la salud y mejora de la persona**
Cumplimiento de todas las normativas vigentes en materia de prevención de accidentes y prevención de enfermedades profesionales y atención rigurosa a la higiene y a las condiciones personales y laborales. **C.T.S.** considera a sus empleados como el principal motor de la Empresa involucrándolos en el negocio y asegurando un clima de trabajo basado en la atención, escucha, confianza y reconocimiento profesional. Para garantizar este contexto, se promueven condiciones de trabajo que protegen la integridad psicológica de las personas y que promueven la propositividad, la participación activa, la capacidad de trabajar en grupos y la asunción de responsabilidad.
- 2.7. Protección de la privacidad**
Restricción de divulgar cualquier dato personal y corporativo (ya sea técnico, logístico, estratégico, económico) de acuerdo con todas las regulaciones vigentes sobre la privacidad (Reglamento de la UE 679/2016). La recopilación y el procesamiento de datos están estrictamente reservados a los departamentos organismos corporativos y deben realizarse estrictamente de acuerdo con las regulaciones de la compañía y el propio GDPR.
- 2.8. Protección del medio ambiente**
Cumplimiento de todas las regulaciones vigentes sobre el medio ambiente y la contaminación, así como una cuidadosa atención a cualquier conducta, incluso mínima, que ofenda el sentido común de la educación ambiental; implementación de programas para la recolección separada de residuos y reciclaje de material reutilizable; reducción de todas las formas de contaminación, ya sea ambiental, acústica, radioeléctrica o de cualquier tipo. Cada destinatario debe contribuir a través de su propia conducta a la consecución de estos objetivos optimizando el consumo de energía de los equipos eléctricos / electrónicos disponibles.
- 2.9. Protección de la reputación de C.T.S.**
La reputación de **C.T.S.** se determina sustancialmente por las acciones y conductas de cada empleado. Por lo tanto, el comportamiento ilegal o inadecuado de un solo empleado puede, en sí mismo, causar un daño significativo a la Empresa. Se requiere que cada empleado, con su propia presencia y conducta, proteja y promueva la buena reputación de **C.T.S.** en el lugar donde opera.
- 2.10. Protección y uso correcto de los activos de la empresa**
C.T.S. es propietaria de diversos activos, incluyendo bienes tangibles e información de propiedad exclusiva. Cada destinatario debe proteger a los activos que se le confían y tiene que ayudar a proteger todas las pertenencias de **C.T.S.**: dispositivos y equipos como teléfonos, multifuncionales, ordenadores, software, internet / intranet, máquinas y otras herramientas, incluyendo sistemas de correo electrónico y contestadores automáticos. El teléfono debe ser utilizado exclusivamente por razones operativas y no para uso personal. Se pueden establecer



excepciones siempre que el uso de dichos bienes no esté vinculado a ninguna actividad ilegal, no genere un conflicto real o potencial de intereses, no dé lugar a costos adicionales significativos, no interfiera con las actividades comerciales de la Empresa ni implique otros efectos negativos para la empresa. Bajo ninguna circunstancia está permitido recopilar o transmitir informaciones que inciten al odio racial, a la mistificación de la violencia u a otros actos criminales. Tampoco está permitido recopilar o transmitir informaciones que contengan material que se considere sexualmente ofensivo en relación con el respectivo entorno cultural. No está permitido componer archivos, banco de datos, grabaciones o reproducciones de video y audio utilizando equipos o estructuras de **C.T.S.** que no sirvan para fines directamente relacionados con la actividad de la empresa.

2.11. **Transparencia y exhaustividad de la información**

Ejecución de sus funciones a través de un régimen de inteligibilidad total de sus acciones por parte de todos; de cada acción realizada por los destinatarios y por aquellos que tienen trato con **C.T.S.** se debe garantizar la trazabilidad y tiene que ser fácilmente identificable en todos los pasos para que todas las relaciones sean comprensibles y las respectivas acciones sean justificables.

2.12. **Conflictos de intereses**

Se prohíben a los empleados y colaboradores de **C.T.S.** y a cualquier destinatario de este Código de ética:

- la realización de actividades que estén en conflicto, aunque sólo sea potencialmente, con los intereses de la Empresa;
- comportamientos y actividades, que pueden tener carácter ilegal, aunque sean beneficiosas para la empresa y/o realizadas en el interés o en beneficio de **C.T.S.**

A modo de ejemplo, podrían constituir un conflicto de intereses:

- la existencia clara u oculta, directa o indirecta, de intereses económicos o financieros del empleado o colaborador o de los miembros de su familia en las actividades de proveedores, clientes y competidores;
- el utilizzo de su propia posición para realizar intereses que estén en conflicto con los de la Empresa, aunque sea sólo potencialmente;
- uso de informaciones adquiridas en el ejercicio de las actividades laborales en beneficio propio o de terceros y en conflictos con los intereses de la Empresa;
- desempeño de actividades de trabajo de cualquier tipo (servicios de trabajo laboral y intelectuales) a clientes, proveedores, competidores y / o terceros en contraste con los intereses de la Empresa;
- aceptación de dinero, beneficios de cualquier naturaleza o favor por parte de personas físicas o jurídicas que tengan relaciones comerciales con **C.T.S.** o tengan la intención de entablarlas.

2.13. **Selección de personal**

Al elegir a sus empleados, la empresa se adhiere a criterios de imparcialidad y buena fe; la evaluación de los candidatos que participan en la selección se centra en verificar que se cumplen los requisitos profesionales, de comportamiento y de actitud que se esperan del perfil solicitado, respetando la dignidad, la personalidad, la privacidad y las opiniones del candidato.

2.14. **Comunicación interna**

C.T.S. considera la comunicación interna como un valor fundamental, un importante punto de partida para la efectividad y la eficiencia de los procesos de negocios, ya que contribuye al intercambio de valores, estrategias y objetivos por parte de todos los colaboradores, y porque facilita el intercambio de información y por tanto de experiencia. Es responsabilidad de cada gerente promover la comunicación interna a través de una gestión adecuada de las relaciones interpersonales con sus colaboradores, que se basa principalmente en ser un buen ejemplo así como asegurar momentos de diálogo y de escucha, tanto individuales como de grupo.



- 2.15. Regalos, beneficios**
Está prohibido, en las relaciones con los funcionarios públicos y a cargo del servicio público, otorgar o prometer dinero u otros beneficios, en cualquier forma, ya sea que la conducta se lleve a cabo en el interés exclusivo del agente o que sea ventajosa o en interés de **C.T.S.** También está prohibido realizar cualquier tipo de regalo, tributo o concesión de beneficios a sujetos que tengan relaciones comerciales con **C.T.S.** excepto en los casos en que tales formas de regalo o beneficio sean de valor modesto y caigan dentro de las prácticas y costumbres ordinarias. En cualquier caso, cada empleado o colaborador de **C.T.S.**, antes de proceder a realizar cualquier tipo de obsequio, regalo o beneficio, debe solicitar una autorización a la persona a cargo de la oficina para acordarse sobre la conducta apropiada. Para las iniciativas que considere tomar directamente el encargado de oficina tendrá que pedir permiso a su supervisor directo. Los empleados y colaboradores de **C.T.S.** que, debido a la actividad realizada para la Empresa reciben regalos, obsequios o beneficios en cualquier forma deben notificarlo a su gerente, quien informará a su superior jerárquico con el fin de acordarse sobre el procedimiento a seguir. Está prohibido a los empleados o colaboradores de **C.T.S.** recibir cualquier tipo de regalo, obsequio o beneficio de las personas que trabajan con **C.T.S.** cuando se trate de una empresa que concede contratos de obras o servicios.
- 2.16 Competencia**
La competencia leal permite que el mercado evolucione libremente con los beneficios sociales que de ello resultan. Los beneficiarios deben cumplir con las reglas de la competencia leal. A modo de ejemplo por lo tanto cada destinatario no debe:
- hablar con los competidores sobre los precios, la capacidad de producción, las políticas de ventas y ofertas, beneficios, márgenes de ganancias, costos, métodos de distribución o cualquier otro parámetro que pueda determinar o influir la conducta competitiva de la Empresa con el fin de inducir al competidor a alinearse con dichas actividades;
 - entrar en acuerdos de no competencia, acuerdos para limitar las negociaciones con los proveedores, la participación en licitaciones o la asignación de clientes, mercados, territorios o programas de producción.
- Además, los empleados no deben obtener información acerca de la competencia recurriendo al espionaje industrial, soborno, robo o interceptación electrónica, y no deben revelar deliberadamente informaciones falsas sobre un competidor o sus productos o servicios.
- 2.17. Control contable y transparencia**
Los Destinatarios se comprometen, de acuerdo con sus respectivas funciones y tareas, a garantizar que los hechos relacionados con la gestión de la Empresa estén representados de manera correcta y veraz en las cuentas de **C.T.S.** Los documentos que certifiquen la actividad contable deben permitir la reconstrucción de la transacción contable, la identificación de cualquier error, así como el grado de responsabilidad dentro del proceso operativo individual. Es obligación de los destinatarios, siempre dentro del alcance de sus respectivas funciones y tareas, verificar la exactitud y veracidad de los registros contables y de dar a conocer a a quien le corresponda, cualquier error, omisión y / o falsificación de los mismos. Todos los registros contables que forman la base para la preparación de los estados financieros deben redactarse de manera clara, veraz y correcta y deben ser cuidadosamente guardados por los departamentos de la empresa encargados de redactarlos.

Artículo 3: OTROS PRINCIPIOS- RELACIONES CON LAS PARTES INTERESADAS

- 3.1. Junta de accionistas**
La junta de accionistas es el lugar privilegiado para el establecimiento de un diálogo fructífero entre los socios y el consejo de administración. Para ello, se garantiza en ella la participación regular de los consejeros.



3.2.

Consejo de Administración

El Consejo de Administración preside todo lo relacionado con la misión de la empresa, opciones estratégicas, políticas de la empresa y el establecimiento de objetivos sociales. Los directores están obligados a vigilar el cumplimiento de las normas, aportando profesionalismo a la empresa y operando con la máxima diligencia. En este contexto, el Consejo de Administración está investido con los poderes más amplios para la administración ordinaria y extraordinaria de la Empresa y, más específicamente, tiene el poder de llevar a cabo todas las acciones que considere apropiadas para la implementación y el logro de los objetivos sociales, excluyendo solo los actos que la ley o el estatuto reserva a la asamblea. En particular, el Consejo también resuelve las compras, las enajenaciones de inmuebles y las inversiones en otras empresas o sociedades que se hayan constituido o vayan a constituirse, incluso en forma de concesión. El Consejo toma decisiones con respecto a cualquier transacción que se refiere a la Deuda Pública, a Instituciones de Ahorro y Préstamo, Bancos, Organismos de emisión, y cualquier otra oficina pública y privada, y decide sobre las acciones judiciales, incluso si se trata de Casación o revocaciones, y sobre compromisos y transiciones. Periódicamente recibe informaciones exhaustivas sobre las actividades realizadas por los organismos delegados. El poder de representación legal y firma social es conferido por el Consejo de Administración a las personas con poderes delegados en conformidad con el art. 2381 del Código Civil dentro de los límites de la delegación.

3.3.

Empleados

Las personas son el verdadero capital de **C.T.S.**. Ellos son el motor del éxito, la energía, la inteligencia, la imagen y la garantía para el futuro. La Empresa se compromete a desarrollar y proteger el profesionalismo y el potencial de cada uno de sus colaboradores, en la consideración de la igualdad de oportunidades y méritos, para que las habilidades y las aspiraciones legítimas de los individuos encuentren su lugar en el logro de los objetivos de la empresa. También se compromete a garantizar la integridad física y moral de sus recursos humanos, asegurando condiciones y zonas laborales funcionales, seguras, saludables y atentas a la dignidad individual, y evitando que cualquier persona sufra presiones o inconvenientes indebidos. Cada gerente debe encargarse del crecimiento personal y profesional de los empleados de los cuales tendrá que expresar evaluaciones con competencia, imparcialidad y profesionalismo. Valora la profesionalidad y el tiempo de trabajo del personal solicitando tareas consistentes con el desempeño de sus funciones. El desarrollo de los recursos humanos también está respaldado por la planificación e implementación de proyectos de formación que tratan diversos temas transversales y involucran a casi todos los empleados. Queda prohibida cualquier investigación con respecto a las ideas, preferencias y gustos personales de los empleados y, en general, a las cuestiones que afecten exclusivamente a la esfera privada. Los datos personales de los empleados no pueden ser divulgados o, excepto en los casos permitidos por la ley, dado a conocer sin el consentimiento previo de la persona interesada. La Empresa también se compromete a garantizar la salud y seguridad de sus empleados. Las relaciones con los empleados se rigen por contratos específicos, en cumplimiento de los cuales la empresa proporciona toda la información necesaria para definir las características de las tareas y actividades a realizar, las normas que regulan la relación establecida y la remuneración que corresponde. Todos los empleados de la empresa deben actuar lealmente con el fin de respetar las obligaciones asumidas con la firma del contrato de trabajo, deben garantizar los servicios requeridos y conformar su conducta para cumplir con la ley, los reglamentos internos, los códigos de conducta empresarial y este Código de Ética.

3.4.

Clientes

Las relaciones mantenidas con los clientes deben basarse en la lealtad, transparencia y confidencialidad y caracterizarse por la cortesía y la profesionalidad. Esto es para consolidar la relación de confianza con los clientes y para promover la imagen de la Empresa al público. El personal, dentro de su competencia, debe mantenerse siempre informado y actualizado para



ofrecer al cliente respuestas satisfactorias de tal manera que tomen decisiones con pleno conocimiento. Teniendo esto en cuenta, es responsabilidad de los empleados a cargo de las relaciones con los clientes proporcionar al interlocutor informaciones que sean lo mas claras, completas y comprensibles posible. Los recursos involucrados en la actividad comercial tienen el deber cuidar con especial atención a las actividades de satisfacción del cliente, con el objetivo de mejorar continuamente la calidad de los servicios y productos ofrecidos, recogiendo con cortesía cualquier sugerencia o queja de los clientes utilizando a este propósito los sistemas de comunicación adecuados y oportunos. La calidad del servicio prestado y el nivel de satisfacción del cliente también se comprueban constantemente en los departamentos internos que se encargan de recopilar y proporcionar informaciones adecuada a las quejas de los clientes. La Administración de la Empresa, consciente de la importancia de demostrar y documentar a los clientes que sus productos y servicios cumplen con los aspectos específicos del sector, ha considerado apropiado adoptar el sistema de gestión de calidad ISO 9001: 2015. De esta manera concede mayor importancia al control de procesos de externalización y al seguimiento de la satisfacción del cliente mediante el uso de varias fuentes (análisis y expresiones de satisfacción) y promueve la integración entre los diferentes procedimientos de gestión (calidad, medio ambiente, seguridad, ética y sostenibilidad).

3.5. Proveedores

La selección de proveedores se realiza utilizando los procedimientos de la Organización, siguiendo la legislación vigente en y teniendo en cuenta los criterios de la igualdad de oportunidades con el fin de establecer relaciones correctas y transparentes. En cualquier caso, la selección de proveedores y la determinación de las condiciones de compra se hacen sobre la base de parámetros tales como la calidad, conveniencia, precio, competencia, flexibilidad, eficiencia, ética, organización y cumplimiento de los requisitos de la ley. Más en general en la selección de proveedores se consideran estos requisitos de referencia:

- la profesionalidad y fiabilidad del interlocutor;
- la disponibilidad, adecuadamente documentada, de medios (entre ellos financieros) de estructuras organizadas, competencias, recursos de planificación y conocimientos técnicos;
- la existencia y implementación efectiva de sistemas de gestión de calidad, seguridad y medio ambiente;
- un comportamiento respetuoso con el medio ambiente;
- una conducta que no afecta negativamente a la imagen y al buen nombre de **C.T.S.**

En las ofertas, subcontratación, contratación y, en general, el suministro de bienes y servicios, **C.T.S.:**

- adopta en la selección de proveedores criterios de evaluación proporcionados por los procedimientos existentes en una forma objetiva y transparente;
- no excluye a nadie, que cumplan con los requisitos, la posibilidad de competir por contratos, adoptando en la elección de los candidatos criterios objetivos y documentables;
- mantiene un diálogo franco y abierto con los proveedores en línea con las buenas prácticas comerciales;

· observa y exige el cumplimiento de todas las obligaciones impuestas por la legislación vigente, por lo que se refiere a seguridad, contratos, contribuciones y pagos de impuestos en el contexto de contratación, subcontratación, suministro y adquisiciones, así como los reglamentos técnicos. La firma de un contrato con un proveedor y la gestión de la relación con el mismo se basan en relaciones extremadamente claras, evitando, en la medida de lo posible, los excesos de dependencia mutua. Para garantizar la máxima transparencia y eficiencia en el proceso de compra, **C.T.S.** elabora:

- un seguimiento adecuado de las opciones adoptadas;
- la preservación de informaciones y documentos contractuales por los períodos establecidos por la legislación vigente.

C.T.S. Exige a sus proveedores / socios:



- suministro de información continuo, completo y exhaustivo;
- gestión y redacción de documentos con la máxima garantía de confidencialidad y respetando los principios de veracidad y integridad, tanto en relación con la información y los datos notificados como en relación con la ubicación de la firma, cuando se solicita, dado su valor legal y de certificación.

3.6. Administración Pública

Las relaciones con la Administración Pública local, nacional, comunitaria o, en cualquier caso, con respecto a relaciones de carácter público deben basarse en una estricta observancia de las leyes y reglamentos y los principios generales de imparcialidad y lealtad. A modo de ejemplo en lo que se refiere a: gestión de relaciones con las principales autoridades, administraciones locales y organismos reguladores; gestión de relaciones con las autoridades locales que tratan las auditorias/inspecciones sobre la salud y seguridad en el trabajo realizadas por las autoridades competentes y cuidado de sus obligaciones; gestión de las auditorias/inspecciones sobre asuntos de seguridad social realizadas por las autoridades competentes y el cuidado de sus obligaciones. La asunción de compromisos y la gestión de relaciones de cualquier tipo con la administración Pública están reservados exclusivamente a las funciones de la empresa designadas para este fin y debidamente autorizadas.

3.7. Colaboradores externos

Además de los órganos corporativos, este Código de Ética también se aplica a terceros destinatarios, refiriéndose a agentes externos a la Empresa que operan directamente o indirectamente para ella. Por lo tanto, los Terceros Receptores están obligados a cumplir con las disposiciones de este Código de Ética y, en particular, dentro de los límites de sus competencias y responsabilidades, a respetar los principios éticos de referencia y las reglas de comportamiento del personal. En ausencia de un expresado compromiso de cumplimiento con las reglas contenidas en el Código de Ética, **C.T.S.** no concluirá y / o continuará ninguna relación con el tercer destinatario. Con este fin, en las cartas de designación o acuerdos de negociación se incluye unas cláusulas específicas que confirman la obligación del tercero de cumplir con el Código de ética, así como a proporcionar una advertencia en caso de violaciones explícitas hasta la rescisión del contrato.

3.8. Asociaciones, organizaciones políticas, sindicatos.

Cualquier financiación por parte de **C.T.S.** a organizaciones sin fines de lucro, asociaciones, fundaciones, comités, partidos y candidatos políticos deben cumplir con la ley y las disposiciones legales vigentes. El pago de dichos financiamentos debe, en todo caso, estar expresamente autorizado por los departamentos responsables de la gestión de estas relaciones. **C.T.S.** puede unirse a asociaciones y / o uniones económicas y sindicales, de trabajos y servicios.

Artículo 4: APLICACIÓN

4.1. Difusión y cumplimiento del Código de Ética

C.T.S. se esfuerza por conseguir que el Código de ética se dé a conocer a todos los involucrados con los medios adecuados. Lo actualiza y garantiza el cumplimiento activando, cuando sea necesario, los procedimientos de incumplimiento más apropiados al tipo de relaciones con los autores de las infracciones. Cada actualización, modificación y / o integración del Código se difundirá sin demora a todos los destinatarios con los medios que la Empresa considere más apropiados. El Código se pone en conocimiento de las partes interesadas internas y externas a través de actividades de comunicación adecuadas (por ejemplo, publicación en el tablón de anuncios de la empresa, entrega a todos los empleados, secciones dedicadas en intranet y / o en el sitio web de la empresa).



- 4.2. Notificaciones**
Cada empleado tiene el derecho a presentar una notificación personal a su gerente o al Gerente General en caso de circunstancias que constituyan posibles violaciones de este Código. Todos los informes se pueden enviar de forma confidencial y anónima y se someterán a investigaciones exhaustivas, con la consiguiente adopción de medidas apropiadas, cuando corresponda. Toda la documentación se mantendrá confidencial, en la medida permitida por la ley, y no se tolerará ninguna forma de represalia contra la persona que realiza el informe.
- 4.3. Cumplimiento**
El cumplimiento de las disposiciones del Código debe considerarse una parte esencial de las obligaciones contractuales de los empleados de conformidad con el art. 2104 del Código Civil. Debe además considerarse una parte esencial de las obligaciones contractuales asumidas por los colaboradores no subordinados y / o sujetos que tienen relaciones comerciales con **C.T.S.**. En cumplimiento de las normas civiles, penales y administrativas, la violación comprobada de este Código puede constituir un motivo para determinar sanciones disciplinarias por los órganos competentes.

Aprobado el 20-06-2018

x La Dirección

