

GhidiniRodil

Humanos con recursos

CÓDIGO DE ÉTICA Y CONDUCTA

Junio de 2018

Versión Final

ÍNDICE DE CONTENIDOS

| | |
|--|-----------|
| 1. MENSAJE DE LA DIRECCIÓN | 3 |
| 2. NUESTRA RAZÓN DE SER | 4 |
| 3. OBJETIVOS DEL CÓDIGO | 5 |
| 4. ALCANCE DEL CÓDIGO | 6 |
| A. EN RELACIÓN CON EL GOBIERNO DE LA ORGANIZACIÓN | 6 |
| I. <i>Ética y transparencia</i> | 7 |
| B. EN RELACIÓN CON LOS COLABORADORES DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN | 8 |
| I. <i>Conducta personal</i> | 9 |
| II. <i>Salud y seguridad en el trabajo</i> | 10 |
| III. <i>Bienes de la organización</i> | 10 |
| IV. <i>Conflictos de intereses</i> | 10 |
| V. <i>Tratamiento de familiares (de los socios y de los colaboradores)</i> | 12 |
| VI. <i>Comunicaciones internas y redes sociales</i> | 12 |
| C. EN RELACIÓN CON NUESTRO NEGOCIO | 13 |
| I. <i>Integridad en negociaciones con externos</i> | 13 |
| II. <i>Confidencialidad de la información / Información de terceros</i> | 14 |
| III. <i>Poder público</i> | 14 |
| D. EN RELACIÓN CON NUESTROS CLIENTES (EMPRESAS Y CANDIDATOS) | 15 |
| I. <i>Regalos comerciales</i> | 15 |
| E. EN RELACIÓN CON LA SOCIEDAD | 16 |
| I. <i>Comunidad</i> | 16 |
| II. <i>Derechos Humanos</i> | 16 |
| III. <i>Medioambiente</i> | 16 |
| F. EN RELACIÓN CON EL RESTO DE NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS | 17 |
| I. <i>Medios de comunicación (prensa)</i> | 17 |
| II. <i>Asociaciones (profesionales, empresariales, etc.)</i> | 17 |
| III. <i>Proveedores</i> | 18 |
| 5. ADMINISTRACIÓN DEL CÓDIGO Y CUMPLIMIENTO | 18 |
| 6. COMUNICACIÓN Y ACEPTACIÓN DE COMPROMISO | 20 |

1. Mensaje de la Dirección

Estimada Comunidad de Ghidini Rodil

Nos enorgullece presentarles nuestro Código de Ética y Conducta, el cual fue concebido bajo la premisa de que una empresa duradera tiene que ser, necesariamente, una empresa ética. De hecho, veannos aquí, celebrando nuestros 30 años, formalizando todas las prácticas y principios que, desde sus inicios, nuestra Compañía fomenta y respeta.

La ética constituye un pilar fundamental de nuestra gestión porque a través de ella, construimos relaciones de confianza. Confianza en nuestro trabajo, en nuestro equipo, en nuestras decisiones y esto, es algo que tanto los clientes, los candidatos y el mercado, valoran enormemente.

Para garantizar este comportamiento ético, el Directorio de Ghidini Rodil aprobó el presente Código de Ética y Conducta, para que todos los que integramos la Compañía estemos familiarizados con él y para que toda la comunidad vinculada a la organización, conozca los principios y pautas con los que actuamos.

Construir y preservar relaciones éticas y de confianza implican una doble exigencia: la apropiación y el respeto riguroso, por parte de cada uno de nuestros profesionales, así como nuestra responsabilidad respecto a las decisiones de negocio que adoptamos y los proyectos que emprendemos.

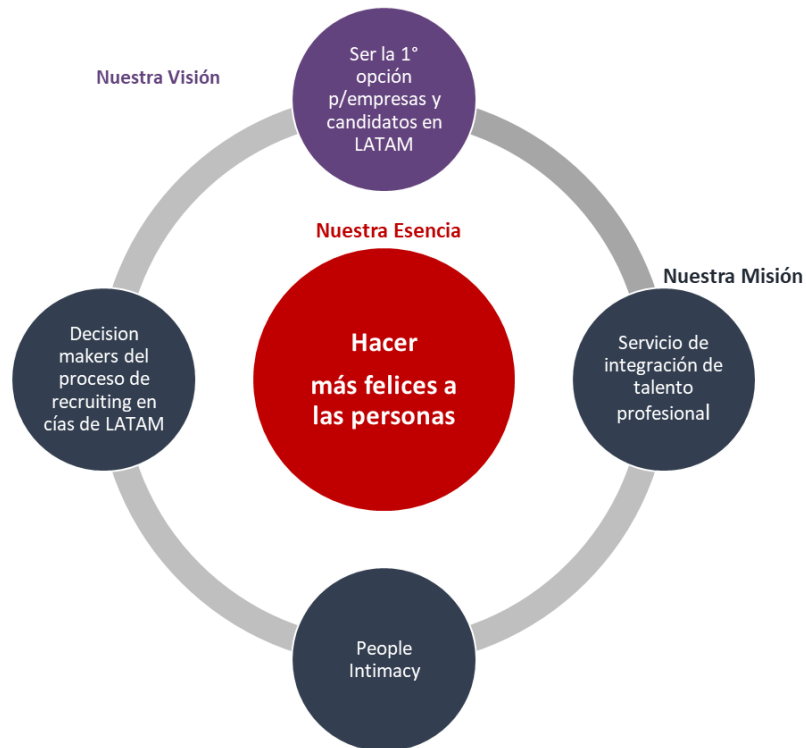
Además, a través de este documento, queremos promover la participación, la consulta y la difusión permanente de la temática para que juntos, sigamos construyendo una Ghidini Rodil de la cual, nos llene de orgullo, formar parte.

Diego Ghidini
Socio Fundador

Silvia Rodil
Socia fundadora

2. Nuestra Razón de Ser

Para brindar coherencia al compromiso de todos los colaboradores, hemos definido, a nivel corporativo y unificado, Nuestra Esencia: **“Hacer más felices a las personas”**. Esto sintetiza la Misión, Visión y los Valores que nos unen e inspiran a todos los integrantes de Ghidini Rodil:



La forma en que permea nuestra Esencia en el quehacer diario, es la siguiente:



3. Objetivos del Código

El objetivo principal de nuestro Código de Ética y Conducta (CEC) es orientar la relación con el personal, los proveedores, los clientes, la comunidad, el gobierno y el medioambiente.

Define un compromiso de transparencia, confianza y veracidad de la información ofrecida y el tipo de relaciones con todos estos grupos de interés, estableciendo pautas básicas para decidir frente a dilemas éticos o a situaciones cotidianas que exceden el desarrollo específico del negocio, basándonos en el respeto de las leyes y de las buenas costumbres.

Con el desarrollo de este Código, buscamos abarcar el desempeño de todas nuestras acciones diarias, teniendo en cuenta el impacto en lo económico, en lo social y en lo ambiental.

Las particularidades enunciadas en este documento representan el alma de este Código; sin embargo, aquí se esbozarán solo algunos lineamientos generales, sin que esto deba ser tomado en forma taxativa.

El Código está alineado a nuestra **RAZÓN DE SER**, que implica “hacer felices a las personas siempre, ofreciendo un servicio de integración de talento personal, cuyo objetivo es ser la primera opción para las empresas y para los candidatos”, como así también, a la estrategia de sustentabilidad definida por nuestra compañía.

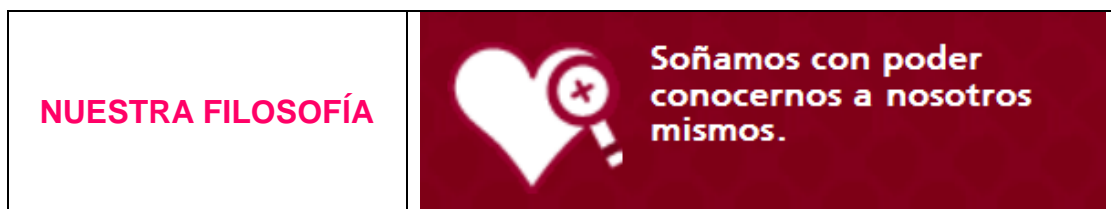
La responsabilidad de cumplir nuestro CEC, y de mantener la cultura de Ghidini Rodil de excelencia ética, recae sobre cada uno de nosotros. Nuestra reputación de actuar con ética y responsabilidad se construye a partir de cada una de las decisiones que tomamos a diario.

4. Alcance del Código

A continuación, exponemos los principios y las guías de este Código de Ética y Conducta, enfocados en mejorar, día a día, el desempeño económico, social y ambiental de esta organización, a la que le dedicamos parte de nuestra vida.

Nuestro Código, junto a las políticas internas, brinda la información y la orientación necesarias para realizar el trabajo con ética. Cada uno de nosotros, especialmente los directivos y los líderes de equipo, deben actuar con integridad e inspirar confianza.

A. En relación con el Gobierno de la Organización



Concernos significa entender, construir y promover un liderazgo ético que inspire, a través del ejemplo, un compromiso diario con este Código.

Nuestro órgano de gobierno se debe conducir de forma tal que, para la organización, sea un modelo de gestión y conducción responsable, sensible a los impactos económicos, sociales y ambientales que genera cada decisión estratégica adoptada.

En el proceso de dirección, se podrán contemplar, entre otras actividades:

- La creación de comités internos, con la finalidad de evaluar y tratar temas relevantes en la operatoria de la compañía.

- La definición de principios particulares para el desempeño económico, social y ambiental, y la forma de su implementación.
- El establecimiento de procedimientos para supervisar el desempeño económico, social y ambiental de la organización y del órgano de gobierno.
- La decisión de adhesión a principios, iniciativas y estándares nacionales e internacionales, fundamentalmente, vinculados a la gestión sustentable de los negocios, como también de asociaciones y de cámaras de la industria.
- La declaración y la comunicación de una Misión por seguir, así como una Visión y Valores compartidos (Nuestra Razón de Ser).

I. Ética y transparencia

La ética y la transparencia son dos valores presentes en el accionar cotidiano de los integrantes de Ghidini Rodil. Del mismo modo, **la compañía se compromete a cumplir la legislación vigente en general**, incluyendo, entre otros, temas de calidad, de salud y seguridad, de trabajo, de medioambiente, de corrupción y blanqueo de capitales, de la privacidad de los datos, de la comunicación exacta de la información financiera y no financiera, y de la competencia justa.

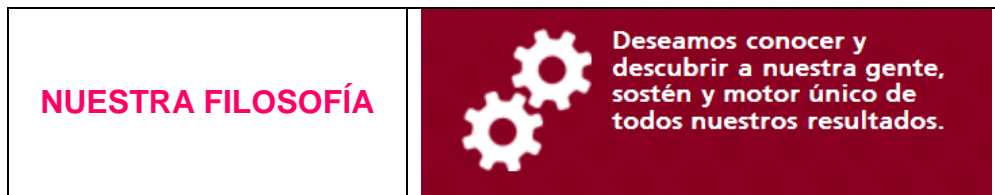
También, siempre que sea posible, debemos asegurarnos de que **realizamos nuestras actividades de forma sensible a las tradiciones culturales y sociales** de aquellas comunidades en las que interactuamos.

Las decisiones comerciales y otras nunca deberán verse influenciadas por la corrupción, entendiendo que esta es el abuso de un poder otorgado, con el objetivo de obtener una ganancia privada, y que puede adoptar muchas formas, como ser: sobornos, fraudes, blanqueo de dinero, desfalco, ocultación y obstrucción a la justicia, tráfico de influencias, entre otros.

Es responsabilidad de todos los colaboradores, y de los órganos de la compañía, velar por el cumplimiento de las medidas creadas por la organización, como así también denunciar, de buena fe, estos hechos, inmediatamente al tomar conocimiento.

La organización es consciente de que se requiere un **enfoque amplio y multidisciplinario para prevenir y combatir eficazmente la corrupción**. Por ello, es imprescindible promover medidas para prevenirla y combatirla de forma eficiente, en todos los niveles de la compañía.

B. En relación con los Colaboradores dentro de la Organización



Creemos que nuestro capital más importante es la gente. Por ello, queremos brindar un entorno de trabajo en el que todos tengamos la oportunidad de desarrollar plenamente nuestro potencial y de contribuir al éxito de la organización.

Nuestra compañía, y las personas que la componemos, **adoptamos, dentro de nuestra filosofía, las convenciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y sobre los Derechos Humanos reconocidos internacionalmente**, por lo cual fomentamos el trato justo, honesto y equitativo de los colaboradores. No toleramos ninguna práctica discriminatoria y, en caso de existir, se procederá a su correspondiente sanción.

Todas las personas cuentan con la oportunidad de incorporarse a la organización o de aspirar a una nueva posición, sobre la base de requerimientos formales de los puestos de trabajo vacantes definidos por criterios de mérito, sin discriminación arbitraria alguna. **Promovemos el trabajo formal y decente.**

Todos los empleados, en todos los niveles, deberán colaborar para mantener un clima de respeto recíproco frente a diferencias personales. **El personal deberá empeñarse en brindar, en todo momento, un trato justo a las demás personas que trabajan en o para la empresa, como así también a los clientes, candidatos, proveedores, competidores, autoridades, funcionarios públicos y al público en general, evitando cualquier tipo de discriminación u hostigamiento, incluido el acoso sexual.**

Nadie debe aprovecharse de otra persona a través de la manipulación, el ocultamiento, el abuso de información privilegiada, la declaración falsa de hechos sustanciales o cualquier otra práctica desleal.

La organización deberá implementar políticas y acciones en materia de consumos problemáticos y adicciones, orientadas a propiciar un ambiente de trabajo sano y seguro.

I. Conducta personal

Insistimos en la importancia de la integridad personal, y creemos que los resultados a largo plazo son los mejores parámetros para evaluar el rendimiento de un empleado.

Dentro de la organización, el personal deberá conducirse por medio de una conducta ética, teniendo en cuenta los siguientes lineamientos, sin ser estos de carácter exhaustivo:

- a. Fomentar una cultura de honestidad y responsabilidad, conduciéndose de acuerdo con los términos y el espíritu de este Código.
- b. Demostrar responsabilidad de conducta ética en las relaciones con los empleados, clientes, candidatos, proveedores, competidores, el gobierno, los accionistas y la comunidad en general.
- c. Esforzarse para merecer una reputación de integridad, profesionalismo y rectitud.
- d. Evitar obtener, en forma indirecta, aquello que está prohibido en forma expresa y directa.
- e. Obrar de buena fe, cumpliendo con lo dispuesto en las normas internas y legales.
- f. No actuar en forma arbitraria, violenta o discriminatoria, o con intenciones ofensivas o persecutorias.
- g. No realizar trabajos ajenos a la actividad de la empresa durante el horario laboral, dentro o fuera de sus instalaciones.
- h. No consumir o estar bajo el efecto de bebidas alcohólicas o sustancias ilegales.
- i. Respetar los derechos de los clientes, candidatos, proveedores y compañeros de trabajo.
- j. No tratar irrespetuosamente a los clientes, candidatos, proveedores y compañeros de trabajo, utilizando un lenguaje verbal o gestual descortés, insultante, difamatorio u obsceno.
- k. No discriminar, acosar sexualmente u hostigar de cualquier modo a un compañero de trabajo o cualquier otra persona vinculada a la organización.
- l. No falsificar o adulterar información, firmas autorizantes, registros, comprobantes o documentación.
- m. No ejecutar transacciones (ej.: cobros, pagos, etc.) u operaciones (ej.: compras, ventas, instalaciones de servicios, etc.) sin la debida autorización, o actuar fraudulentamente hacia la compañía o hacia terceros vinculados.
- n. No utilizar las computadoras y los equipos de la empresa para negocios externos, ni para actividades ilegales no éticas o permitidas, tales como: juegos de azar, pornografía u otro tema ofensivo.
- o. No aprovechar para sí mismo una oportunidad de ganancia financiera de la que tuvo conocimiento debido a su posición en la empresa, o a través del uso de un bien o información de la organización.

II. Salud y seguridad en el trabajo

Nuestra empresa trabaja continuamente para mejorar los procesos que buscan reducir los impactos ambientales, los riesgos de accidentes y los riesgos para la salud, además del cumplimiento de las legislaciones vigentes en las materias.

Asimismo, está comprometida con la promoción de hábitos saludables, y con la prevención de enfermedades y accidentes dentro del ámbito laboral.

III. Bienes de la organización

Cada colaborador tiene la obligación de manejar los bienes del patrimonio de la empresa en forma responsable, además de asegurar el buen uso de los activos por parte de las personas autorizadas y para realizar, únicamente, actividades propias de la compañía.

Además de los bienes materiales, se considera que son propiedad de la organización los valores no materiales, como, por ejemplo, la tecnología, las normas de protección al trabajo, los vehículos, las directivas y los procedimientos en general.

El robo de los bienes de la empresa, ya sea el robo físico, por ejemplo, el retiro no autorizado de un producto, equipo o información de la empresa, o el robo a través de desfalco o información falsa intencional de horas o gastos, dará lugar a sanciones.

La compañía considera el robo en el lugar de trabajo, de bienes pertenecientes a otros empleados, de la misma manera que considera el hurto de sus bienes.

El *hardware* y el *software* solo pueden utilizarse para los fines de la compañía o para aquellos expresamente autorizados por esta. El personal no puede utilizar los equipos, sistemas, dispositivos y recursos tecnológicos para otros fines que los autorizados por la empresa. Asimismo, estos deberán permanecer en la compañía cuando no se estén utilizando con fines de trabajo. En caso de que deban ser retirados de la empresa, será bajo estricta autorización.

IV. Conflictos de intereses

Existe conflicto de intereses, real o potencial, cuando las relaciones del colaborador con terceros pudieran afectar los intereses de la empresa, o cuando los intereses privados del personal se contraponen o interfieren de algún modo con los de la compañía.

En sus relaciones con clientes, candidatos, proveedores, contratistas, competidores y compañeros de trabajo, el personal debe privilegiar los intereses

de la empresa por sobre cualquier situación que pudiera representar un beneficio, real o potencial, para sí mismo o para personas allegadas.

Todos los conflictos de intereses, reales o aparentes, en las relaciones personales y profesionales, deben tratarse de manera honesta y ética. Los empleados deberán informar de cualquier posible conflicto de intereses a su supervisor, o elevarlo a una instancia superior tan pronto como sean conscientes de este.

Aunque no sería posible describir cada situación que da lugar a un conflicto de intereses, los siguientes son ejemplos de situaciones que pueden constituir un conflicto de intereses y que deben ser evitadas por el personal:

- a. Aceptar dinero, regalos de valor, descuentos personales (salvo si dichos descuentos son ofrecidos a todo el personal), o recibir otros beneficios otorgados en razón de su cargo o de un proceso de selección, de parte de un competidor, cliente, candidato o proveedor.
- b. En relación con el punto a, nunca se brindarán o retendrán sumas de dinero a competidores, clientes o candidatos. Será aceptada la entrega de *merchandising* o beneficios vinculados a actividades de relacionamiento institucional.
- c. Ejercer una influencia sobre los clientes, para que se inclinen por determinado candidato de la terna seleccionada y presentada. Queda absolutamente prohibido el pedido de dinero, a cualquier candidato, para aumentar sus posibilidades de ser seleccionado por las empresas clientes.
- d. Competir con la empresa en la compra o venta de bienes, productos, servicios o en cualquier otra operación, personalmente o de manera indirecta, allegados, familiares, etc.
- e. Poseer un interés personal en una operación que involucre a la compañía, un competidor, candidato, cliente o proveedor, salvo los intereses inherentes al cargo que se ocupe.
- f. Ejercer una influencia determinante para que se contrate a una empresa como proveedora, contratista, agente o representante, cuando dicha empresa sea de propiedad o esté administrada por familiares cercanos, o emplee a familiares cercanos en posiciones jerárquicas o de dirección.
- g. Cumplir funciones jerárquicas o de dirección en una empresa proveedora.
- h. Tener una participación de valor considerable en una empresa de la competencia, o en una compañía que realiza o aspira a realizar negocios con la compañía.
- i. Ser miembro de la junta directiva, u ofrecer servicios de consultoría a una empresa que realiza o aspira a realizar negocios con la compañía.
- j. Ser titular de una propiedad (inmobiliaria o derechos de patente), que la compañía podría estar interesada en adquirir o arrendar.
- k. Tener intereses en negocios externos que podrían afectar a la productividad del empleado en la empresa, al restar tiempo y atención a sus responsabilidades para con la compañía.

V. Tratamiento de familiares (de los socios y de los colaboradores)

Se promoverán criterios de equidad para con los familiares de los socios y empleados de la compañía: transparencia y sentido común en las relaciones que vinculen a la familia con la empresa.

Para los casos en que se produzca una vacante, se buscará y seleccionará al mejor candidato posible, otorgándole (en caso de que se cumplan todas las competencias necesarias) prioridad al candidato familiar.

En el caso de necesitar la cobertura de un puesto jerárquico, lo evaluará el superior inmediato y el Comité de Dirección. Si la incorporación fuera para un puesto menor, el encargado de evaluar la situación será el jefe inmediato. En ambos casos, la incorporación del familiar será decisión final del Consejo de Accionistas, para que establezca los vínculos y las relaciones que le interesa preservar antes de definir la incorporación, por ejemplo, si la persona tiene carácter o vínculo conflictivo previo a lo laboral con otro miembro de la familia que ya está trabajando en la empresa.

En el caso de incorporar familiares de otros empleados de la empresa, tanto en un puesto jerárquico como en uno de menor rango, será evaluado por el superior inmediato y por el Comité de Dirección.

Se deberá considerar que este familiar no podrá trabajar dentro de la misma área o unidad de negocio del empleado con el que tiene relación de parentesco.

VI. Comunicaciones internas y redes sociales

La utilización de los equipos y medios de comunicación de la empresa (teléfono, correo electrónico, Internet, redes sociales y otros), para comunicados y contactos personales, debe restringirse a lo estrictamente necesario. En conformidad con la reglamentación interna específica sobre el tema, no se puede utilizar Internet para transmitir o recibir mensajes y/o informaciones ofensivas, agresivas o pornográficas, ni sobre posturas políticas, religiosas u otras.

Cualquier correo electrónico enviado puede ser impreso por el receptor y remitido por el receptor a otras personas. Por consiguiente, los empleados deben proceder con el mismo cuidado, cautela y formalidad al enviar un mensaje por correo electrónico, de la misma manera en que lo harían en un comunicado normal por escrito.

Los colaboradores deberán asegurarse de que su mensaje de correo electrónico sea profesional y adecuado a las circunstancias, del mismo modo que cualquier publicación en sus redes sociales, vinculada a su entorno laboral.

No se admitirán correos electrónicos ni *posteos* en las redes sociales personales, vinculados a Ghidini Rodil, que sean injuriosos, obscenos, ofensivos y/o soeces.

Todo correo electrónico, cuyo dominio sea *ghidinirodil.com*, será susceptible de revisión por parte de la empresa.

C. En relación con Nuestro Negocio



La empresa valora sus relaciones comerciales y no comerciales con sus clientes, proveedores, candidatos, asociaciones y cámaras, con sus competidores, con las demás empresas con las que realiza actividades en conjunto y con el público en general.

I. *Integridad en negociaciones con externos*

Se espera que todos los colaboradores traten a los socios comerciales y no comerciales de la misma manera que esperamos ser tratados.

Estamos comprometidos en mantener la libre competencia y el marco legal de las negociaciones. Por tanto, reconocemos la importancia de las leyes que prohíben las restricciones comerciales, las actividades económicas predatorias y las prácticas empresariales poco éticas, engañosas o injustas.

En las actividades dirigidas a clientes, candidatos, proveedores, empresas de la competencia y otras compañías, nos comprometemos a:

- a. Evitar prácticas desleales, injustas, engañosas o confusas, y presentar siempre nuestros servicios y productos de forma clara, transparente y honesta.
- b. Tratarlos con respeto y de forma honesta, justa y objetiva.
- c. Seleccionar a los proveedores en función de los méritos, y dejar claro que se espera que participen en una competencia justa y enérgica para adjudicarse nuestros contratos.
- d. No realizar nunca comentarios sobre un producto de la competencia sin conocimiento de causa para realizar tales afirmaciones.
- e. Cumplir con las leyes de la libre competencia, incluidas las que prohíben los acuerdos o la colusión con la competencia para fijar precios u otras condiciones de venta, coordinar ofertas o dividir territorios de ventas, clientes o líneas de productos.

II. Confidencialidad de la información / Información de terceros

El colaborador debe mantener la confidencialidad respecto de toda información a la que acceda en el desempeño de sus funciones dentro de la organización, aunque esta no haya sido calificada como reservada o no se refiera a la empresa sino a sus clientes, competidores, proveedores, mercados y organismos públicos relacionados con sus actividades.

Ningún colaborador podrá utilizar información de los clientes, o sobre procedimientos y procesos internos confidenciales con fines particulares o para lograr ventajas personales. Tampoco podrá revelar información no pública a personas fuera de la empresa, incluidos familiares y amigos, excepto cuando se requiera con fines comerciales. Incluso en ese caso, se tomarán los pasos adecuados, como, por ejemplo, la celebración de un acuerdo de confidencialidad para evitar el uso indebido de la información.

La empresa respeta la privacidad de todos sus empleados, socios comerciales, clientes y candidatos. Por lo que debemos tratar los datos personales con responsabilidad y en cumplimiento con todas las leyes de privacidad aplicables.

Los empleados que manejan información personal de otros, deben:

- a. Actuar de acuerdo con la ley aplicable y con el espíritu de este Código.
- b. Actuar de acuerdo con todas las obligaciones contractuales pertinentes.
- c. Reunir, usar y procesar dicha información únicamente con fines laborales legítimos.
- d. Limitar el acceso a la información a aquellos quienes tienen un fin laboral legítimo para ver la información; y
- e. Evitar la revelación no autorizada de la información.

III. Poder público

La relación de la organización con autoridades, políticos y agentes públicos debe ser pautada por actitudes profesionales y correctas. Cualquier forma de presión o solicitud hecha por agentes públicos, que no corresponda a esta definición, debe ser rechazada e inmediatamente comunicada a la Dirección de la empresa.

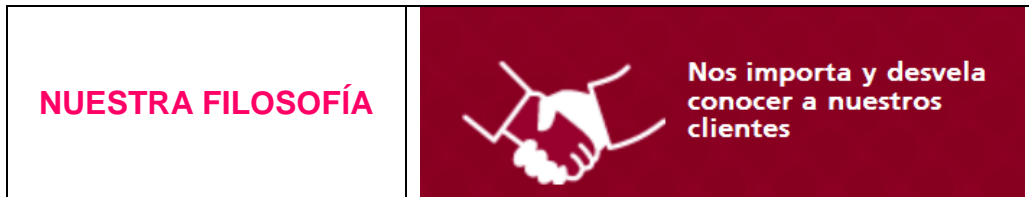
Ningún colaborador puede aceptar u ofrecer pagos, obsequios u otro tipo de donativos a y de organismos públicos. El colaborador debe informar a su superior inmediato cuando reciba ofertas de ese tipo.

La organización no ejerce actividades políticas. Los colaboradores que deseen participar de estas actividades deben hacerlo individualmente, sin utilizar el nombre o los recursos de la organización. Ninguna persona de la compañía está

autorizada a solicitar la participación, el apoyo, la financiación o el involucramiento de sus colaboradores u organización para cualquier candidato o partido.

Cualquier actividad política, llevada a cabo por los colaboradores, debe realizarse fuera del ambiente de trabajo y del horario laboral.

D. En relación con nuestros Clientes (Empresas y Candidatos)



Entendemos por clientes (empresas y candidatos) a aquellas entidades, empresas o personas que hacen uso de nuestros servicios como consultora, en términos de soluciones de RR. HH. (principalmente, integración de talento profesional).

Para la correcta ejecución de los procesos, en relación con nuestros clientes, debemos tener en cuenta:


- a. Prácticas justas de *marketing*, e información objetiva e imparcial.
- b. Protección de la salud y la seguridad de los clientes.
- c. Crear servicios de atención al cliente, apoyo y resolución de quejas y controversias.
- d. Proteger la privacidad de los datos de los clientes (empresas y candidatos).
- e. Honestidad a lo largo de todo el proceso.

I. Regalos comerciales

Las relaciones o intereses personales no pueden influir en las actividades comerciales. Los procesos de decisión se deben evaluar solamente por consideraciones objetivas. Nuestras relaciones con clientes se basan en la calidad, confiabilidad, precios competitivos, motivos técnicos y cumplimiento de plazos. Por eso, ningún colaborador puede aceptar u ofrecer pagos, obsequios u otro tipo de donativos a o de clientes.

De las restricciones antes mencionadas, están excluidos los hábitos comerciales en general, almuerzos, cenas u otros donativos de valores insignificantes, en los cuales, desde el comienzo, esté bien claro que no existe intención de influir en las decisiones comerciales.

E. En relación con la Sociedad

| | | |
|---------------------------------|---|--|
| <p>NUESTRA FILOSOFÍA</p> |  <p>Pero por sobre todo, creemos en la imperiosa necesidad de conocer a todas las personas. Para descubrir las en su esencia y motorizar sus más íntimas motivaciones. Para saber de sus pasiones y poder acompañarlas en sus sueños. Para intentar hacerlas más felices.</p> | |
|---------------------------------|---|--|

I. Comunidad

La organización se entiende como un actor social y económico activo de la comunidad en la cual desarrolla sus actividades. Por ello, busca colaborar con el Desarrollo Sostenible a través del apoyo, la promoción, la articulación y/o la implementación de proyectos con impacto económico, social y medioambiental, en beneficio de su comunidad.

Esto incluye diferentes programas, actividades y acciones de sustentabilidad, como pueden ser: el voluntariado corporativo, desarrollos educativos, desarrollos culturales, inserción laboral, etc.

II. Derechos Humanos

La promoción y el respeto por los Derechos Humanos son importantes para las personas, las organizaciones, los negocios y la sociedad en general. Por lo tanto, es responsabilidad, de todos los que hacemos esta organización, respetar y hacer respetar los Derechos Humanos de todas las personas con las que nos relacionamos.

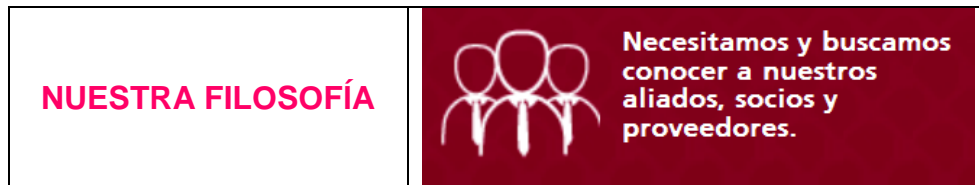
La empresa se compromete a no tener trabajo infantil, ni trabajo forzoso, ni no voluntario. Además, implementará mecanismos para asegurarse de que sus proveedores, y demás organizaciones que se relacionan con ella, sigan los mismos principios de respeto hacia los Derechos Humanos.

III. Medioambiente

Todas las actividades deben ser realizadas respetando la legislación y las normas ambientales, como también las iniciativas internacionales en la protección del medioambiente, buscando –adicionalmente– la optimización en el uso de recursos naturales, la eficiente gestión de residuos y la preservación de la naturaleza.

Nos comprometemos a minimizar el impacto ambiental ocasionado por nuestra actividad empresarial, con métodos socialmente responsables. Impulsamos los programas de conservación, reciclaje y uso de la energía, destinados a mantener limpia la atmósfera y el agua, reducir el material de desecho y velar por la recuperación de los recursos naturales del planeta.

F. En relación con el Resto de Nuestros Grupos de Interés



I. Medios de comunicación (prensa)

La empresa considera legítimo el derecho que la población tiene de ser informada sobre asuntos de interés público, incluso cuando se refieran a una empresa privada; y considera que es papel de la prensa obtener y divulgar tales informaciones. Asimismo, a su modo de ver, la existencia de una prensa libre, independiente e imparcial contribuye al perfeccionamiento del mercado, del Estado democrático y de la ciudadanía.

Nuestra compañía considera importante el papel de la prensa, de cara a la formación de la imagen de la organización ante la opinión pública, e intenta ofrecer informaciones o atender a solicitudes, siempre que sean pertinentes, teniendo en cuenta el derecho de no manifestarse sobre cuestiones que vayan en contra de sus intereses o de guardar secreto sobre informaciones consideradas estratégicas.

Únicamente los colaboradores designados para ejercer el papel de voceros, están autorizados a hablar en nombre de Ghidini Rodil.

II. Asociaciones (profesionales, empresariales, etc.)

La organización busca participar en las entidades y asociaciones representativas de su sector industrial, así como en instituciones y/o iniciativas vinculadas al Desarrollo Sostenible, con el objetivo de agregar valor al mercado y tratar temas importantes con el debido compromiso.

Esta participación será siempre decidida por alguien del órgano de gobierno corporativo, para que se garantice una adecuada representación, sin perjudicar la eficacia y el trabajo del colaborador interesado.

La participación activa de colaboradores en entidades de carácter social, cultural o benéfica, que tengan reconocimiento público, hecha en carácter individual, es vista como una contribución importante para la sociedad y para el país, mientras no afecte su actividad y el trabajo regular.

III. Proveedores

Las relaciones o intereses personales no pueden influir en las actividades comerciales. Los procesos de decisión se deben evaluar solamente por consideraciones objetivas. Nuestras relaciones con proveedores se basan en la calidad, confiabilidad, precios competitivos, motivos técnicos y cumplimiento de plazos.

Ningún colaborador puede aceptar u ofrecer pagos, obsequios u otro tipo de donativos a proveedores, u otros asociados comerciales u organismos públicos. El colaborador debe informar a su superior inmediato cuando reciba ofertas de ese tipo de algún asociado comercial.

5. Administración del Código y Cumplimiento

La administración de este Código estará a cargo del Comité de Sustentabilidad, que tendrá la obligación de actualizar y revisar los contenidos, y de requerir el involucramiento de distintas áreas, en caso de considerarlo necesario.

También, tendrá a cargo la implementación de los mecanismos, en conjunto con el área de Recursos Humanos, para la comunicación del Código de Ética y el canal de denuncias, además de la recopilación de la firma y aceptación de este Código por parte de todos los colaboradores, y su inclusión en los legajos laborales.

Se espera que cada colaborador busque orientación y ayuda con su superior, o a través del canal de denuncias y consultas, creado por este Código para alguna de las siguientes situaciones:

- ✓ Para realizar denuncias, formuladas en buena fe, por incumplimiento a los principios establecidos por este Código, o a leyes y regulaciones vigentes.
- ✓ Para evacuar consultas sobre situaciones, donde esté en duda el comportamiento ético y las buenas costumbres, las cuales puedan requerir algún análisis en particular.

Ghidini Rodil no tolerará represalias por denuncias o quejas que fueran hechas de buena fe respecto de conductas indebidas. La comunicación abierta de dudas y preocupaciones, por parte de todos los colaboradores, es vital para la implementación exitosa de este Código y el desarrollo de la organización.

Se crea el siguiente canal de denuncias y consultas: protege@ghidinirodil.com

Para establecer objetividad, a la hora de analizar las situaciones declaradas por este medio, este canal es administrado por dos Directoras designadas: Silvia Rodil y Raquel Morral, en una primera instancia de implementación. Posteriormente, se realizarán evaluaciones trimestrales para definir si es necesaria alguna modificación en la administración del Código y el canal de denuncias.

6. Comunicación y Aceptación de Compromiso

DECLARACIÓN DE COMPROMISO DEL CÓDIGO DE ÉTICA Y CONDUCTA

Se requiere que la presente declaración sea firmada por cada uno de los empleados, colaboradores, gerentes, directores u otro personal de la firma, a fin de documentar la aceptación y el compromiso con el presente Código. Asimismo, se recomienda que esta declaración, una vez firmada, sea archivada en el correspondiente legajo laboral de cada empleado.

Declaro haber recibido y leído un ejemplar del Código de Ética y Conducta de Ghidini Rodil, y me comprometo a cumplir, respetar y hacer respetar las guías contenidas en el mismo.

Conforme,

Nombre:

DNI:

Fecha:

Firma:

Para la organización y su inclusión en el legajo laboral