

merca**P**alma

CÓDIGO DE

CONDUCTA EMPRESARIAL

ÍNDICE

Introducción

- Que es el “Código de Conducta Empresarial de Mercapalma, S.A.”
- A quién va dirigido
- Qué efecto se espera que tenga

Principios/valores de conducta empresarial

- I. Cumplimiento de la legalidad
 - I.1 Relación con autoridades y representantes públicos
 - I.2 Blanqueo de capitales
 - I.3 Delitos urbanísticos
- II. Integridad y objetividad en la actuación empresarial
 - II.1 Neutralidad política
 - II.2 Rechazo de la arbitrariedad
 - II.3 Conflictos de intereses
 - II.4 Obsequios y hospitalidad
 - II.5 Información privilegiada
 - II.6 Respeto a la libre competencia
 - II.7 Cumplimiento de contratos
 - II.8 Negociación honesta
 - II.9 Publicidad
 - II.10 Rechazo a las prácticas corruptas y sobornos
- III. Respeto por las personas
 - III.1 Trato respetuoso
 - III.2 Violencia y comportamientos agresivos
 - III.3 Igualdad y no discriminación
 - III.4 Acoso
 - III.5 Conciliación de la vida personal, familiar y laboral
 - III.6 Respeto de los derechos humanos
- IV. Protección de la salud y de la integridad física
 - IV.1 Prevención de riesgos
 - IV.2 Drogas y sustancias permitidas
- V. Protección del medio ambiente
- VI. Gestión eficiente
 - VI.1 Obtención de margen
 - VI.2 Adecuada gestión de los recursos
 - VI.3 Uso de los recursos de la empresa para fines personales
- VII. Uso y protección de la información
 - VII.1 Protección de la información confidencial
 - VII.2 Protección de datos de carácter personal
 - VII.3 Propiedad intelectual y patentes

VII.4 Compromiso de transparencia

VIII. Calidad

Difusión y aplicación del Código de Conducta

- ⊕ Acciones de formación
- ⊕ Apoyo y asesoramiento

Verificación y control

- * Cumplimiento del Código de Conducta y Comité de seguimiento del (CEEM)
- * Auditorias y controles internos
- * Canal de recepción de quejas o denuncias
- * Independencia y confidencialidad
- * Prohibición de represalias
- * Investigación de las posibles vulneraciones
- * Reacción frente al incumplimiento del Código de Conducta

Aprobación

CÓDIGO DE CONDUCTA EMPRESARIAL DE MERCAPALMA S.A.

El Consejo de Administración de Mercapalma, S.A., ha tomado la iniciativa de elaborar un Código de Conducta Empresarial de Mercapalma, S.A. (CCEM), que incorpora el espíritu de la normativa en materia de transparencia y buen gobierno que es de aplicación a las empresas públicas en España.

Se ratifica así el compromiso de *Mercapalma, S.A.*, con el desarrollo de su misión de acuerdo con unos valores propios y acordes con su carácter público y de servicio a la sociedad.

INTRODUCCIÓN

Que es el “Código de Conducta Empresarial de Mercapalma, S.A.”: (CCEM)

El *Código de Conducta Empresarial de Mercapalma, S.A.* (CCEM), es el núcleo que identifica el estándar de conducta que Mercapalma quiere observar en toda su actividad empresarial. Recoge los valores éticos, compromisos y buenas prácticas que deben ser aplicados en la gestión del negocio de Mercapalma. Se trata de un estándar de conducta más exigente que el definido por la legislación que le es de aplicación.

Supone la articulación de un conjunto de principios/valores en el comportamiento empresarial. El código de Conducta Empresarial también es un reflejo escrito de un compromiso público de Mercapalma con esos principios/valores.

El Código de Conducta ha sido definido por el Consejo de Administración como máximo órgano de administración de *Mercapalma, S.A.*, y supone un compromiso de máximo nivel.

El *Código de Conducta Empresarial de Mercapalma, S.A.* (CCEM) **no es** ningún sustituto de las normas legales que resulten de aplicación en cada caso y en cada territorio, ni de las obligaciones válidamente asumidas en cada caso concreto mediante contrato o negociación colectiva.

Tampoco constituye una regulación exhaustiva interna de Mercapalma, que tiene reglas y normas internas distintas del Código de Conducta que han sido debidamente aprobadas y difundidas dentro de la empresa y que deben ser, en consecuencia, conocidas y cumplidas.

A quién va dirigido:

El CCEM va dirigido a las personas y entidades que son sus destinatarias directos/as y también a quienes han de ser o pueden ser conocedores/as de éste.

Tanto destinatarios/as como conocedores/as configuran los Grupos de interés a los que se debe *Mercapalma, S.A.*

- Accionistas
- Clientes/as
- Sociedad
- Personal
- Aliados/as – Proveedores/as

Son destinatario/as del *CCEM* en primer lugar todos/as los/as que prestan servicios en *Mercapalma, S.A.*, en calidad de *administradores/as, directivos/as y trabajadores/as*, quienes deberán ajustar su conducta a los estándares establecidos en el mismo.

Igualmente son destinatarios/as del Código de Conducta los *representantes, mandatarios/as, agentes y mediadores/as* que actúen en interés o en nombre y representación de *Mercapalma, S.A.* Estas personas o entidades deberán ajustar su conducta a los estándares del código siempre que representen o gestionen intereses de *Mercapalma, S.A.*

Los principales conocedores del (*CCEM*) son los *clientes/as, proveedores/as, asesores/as* y demás *personas o entidades que se relacionen* con *Mercapalma* por razones profesionales o de negocios. Todas estas personas, además de ser informadas para poder conocer el Código, deberán aceptar que, en las relaciones profesionales o de negocios con *Mercapalma* la conducta de la Compañía y de las personas físicas destinatarias de este código se rija por lo establecido en el mismo.

En último lugar, el Código de Conducta va dirigido a cualquier persona que no tenga relaciones directas con *Mercapalma* pero que tenga interés en conocer los principios/valores que rigen su conducta empresarial o poner en conocimiento de *Mercapalma* la infracción de las reglas contenidas en este Código.

Qué efecto se espera que tenga:

El efecto principal que **se espera** del CCEM es que facilite a todos/as sus destinatarios/as y conocedores el conocimiento de los estándares de conducta que deberán observar o respetar, según los casos.

Entre los/as obligados/as a cumplirlo, se espera también que colaboren en su difusión y aplicación efectiva. En el caso de los/las directivos/as, se espera de ellos/as que den ejemplo al resto de la Organización en su conocimiento, difusión y cumplimiento del Código de Conducta.

También se espera que este código permita y anime a todos/as sus destinatario/as a hacer uso de los distintos medios previstos para ayudar a su cumplimiento.

En último lugar, se espera que tanto los/as destinatarios/as como los/as concedores/as del Código de Conducta colaboren en evitar su vulneración.

El efecto que **no se espera** que tenga el *CCEM* es hacer creer a ninguno/a de sus destinatario/as que están dispensados/as del deber de conocer y cumplir las normas legales o internas de la empresa que les resultan exigibles. Tampoco se espera que la existencia o el contenido del Código puedan ser utilizados por sus destinatarios/as con el fin de crear confusión y/o discrepancias en cuanto a su interpretación, tendente a obstaculizar de algún modo su cumplimiento.

Otro efecto que tampoco se puede esperar del Código de Conducta es que el mismo resuelva por sí solo todos los casos y todas las dudas que se puedan plantear para dar cumplimiento a los principios/valores de conducta empresarial de Mercapalma.

FINALMENTE, EL Código de Conducta tampoco puede tener el efecto de eliminar la necesidad de que todos/as sus destinatario/as actúen cabalmente y empleen el sentido común para enfrentarse a los problemas que se puedan presentar, informando a la empresa y solicitando asesoramiento y apoyo cuando sea conveniente y/o necesario.

PRINCIPIOS/VALORES DE CONDUCTA EMPRESARIAL

Los principios/valores de conducta empresarial con los que *Mercapalma, S.A.*, está comprometida al más alto nivel y que inspiran este Código son los siguientes:

- I. Cumplimiento de la legalidad.
- II. Integridad y objetividad en la actuación empresarial
- III. Respeto por las personas
- IV. Protección de la salud y de la integridad física
- V. Protección del medio ambiente
- VI. Gestión eficiente
- VII. Uso y protección de la información
- VIII. Calidad

Cada uno de estos principios se traduce a un conjunto de reglas de conducta. A continuación, se explica el contenido más importante de estas reglas de conducta, que en la mayoría de los casos se amplían en reglas más específicas mediante normas internas de la compañía o cláusulas en contratos.

I. Cumplimiento de la legalidad

El primer compromiso de conducta empresarial de *Mercapalma, S.A.*, es cumplir siempre la legislación aplicable en cada momento, con especial énfasis en el compromiso de perseguir sus vulneraciones y de colaboración con la Justicia ante las posibles vulneraciones de la ley de las que pueda derivar responsabilidad penal directa para la compañía conforme a lo dispuesto en el Código Penal español vigente o cualquier otra previsión al respecto que, en el futuro pudiera sustituirlo y/o complementarlo.

"Nos comportamos honesta, equitativa y legalmente con todos/as los/as que tenemos relaciones empresariales"

I.1 Relación con autoridades y representantes públicos

En todas sus relaciones con autoridades y representantes públicos españoles y de terceros países, *Mercapalma, S.A.*, actuará siempre de manera respetuosa y de acuerdo con lo que establezca la legalidad aplicable para promover y defender sus legítimos intereses empresariales.

Los/as destinatarios/as de este Código de Conducta colaborarán siempre con las autoridades y representantes públicos cuando éstos ejerciten las funciones que legalmente les corresponden.

I.2 Blanqueo de capitales

Mercapalma, S.A., está especialmente comprometida con la persecución del blanqueo de capitales. Los/as destinatarios/as de este Código de Conducta se abstendrán de promover, facilitar, participar o encubrir ningún tipo de operación de blanqueo de capitales, y procederán en cualquier caso a denunciar cualquier operación de blanqueo de capitales de la que tengan noticia.

I.3 Delitos urbanísticos

Mercapalma, S.A., es consciente de la necesidad de ejecutar obras o proyectos de acuerdo con la legislación vigente.

Los/as destinatarios/as de este Código de Conducta tienen prohibida la realización de cualquier construcción, demolición, remodelación, restauración, etc., sin haber obtenido las licencias y autorizaciones correspondientes.

II. Integridad y objetividad en la actuación empresarial

La integridad y objetividad de la actuación empresarial quiere decir que la actuación de todos los/as destinatarios/as del Código de Conducta debe buscar siempre un único objetivo dentro de unos determinados límites.

El objetivo es procurar que única y exclusivamente en interés de Mercapalma se busque siempre la alternativa más conveniente a los intereses de la compañía de entre todas las posibles (el objetivo) que resulten permitidas por la legislación aplicable, por este Código de Conducta, por la normativa interna de Mercapalma y por los contratos o convenios colectivos aplicables (los límites).

“Cumplir el objetivo buscando la alternativa más conveniente dentro de los límites establecidos por la ley buscando la neutralidad, objetividad e imparcialidad en cada situación”

II.1 Neutralidad política

Mercapalma desarrolla su actividad sin interferir ni participar en los procesos políticos que se desarrollen a nivel local, autonómico o nacional. Cualquier relación con gobiernos, autoridades o instituciones estará basada en los principios de legalidad y neutralidad política.

Mercapalma reconoce el derecho de los/as empleados/as a ejercer su libertad de expresión, de pensamiento político y, en general, de participación en la vida pública, siempre que no interfiera en el desempeño de su actividad en la empresa, se desarrolle fuera del horario laboral y siempre de modo que tal participación no pudiera llevar a un/a observador/a externo/a a asociar a Mercapalma con una u otra opción política.

II.2 Rechazo de la arbitrariedad

No se podrá actuar de forma arbitraria ni anteponer en ningún caso el interés propio o de terceros, ya sea para favorecerlo o para perjudicarlo, tomando una decisión distinta de la que objetivamente resulte más conveniente a los intereses de Mercapalma. Se relacionarán con sus proveedores/as de bienes y servicios de forma lícita, ética y respetuosa. La selección de los/as proveedores/as se regirá por criterios de objetividad y transparencia, conciliando el interés de Mercapalma en la obtención de las mejores condiciones en la realización, adquisición o prestación de bienes o servicios, con la conveniencia de mantener relaciones estables con proveedores/as éticos/as y responsables.

II.3 Conflictos de intereses

Existe conflicto de intereses cuando uno/a de los/as destinatarios/as del Código de Conducta debe tomar una decisión que afecta a la vez a los intereses de Mercapalma y a los intereses del propio destinatario/a, sus familiares o personas con las que mantiene un vínculo de efectividad equivalente, sus amigos/as íntimos/as con las empresas, negocios o entidades en las que el/la destinatario/a o todas las personas mencionadas tienen intereses que pueden verse afectados por el resultado de la decisión.

Por ejemplo, sería conflicto de intereses:

- Decidir o recomendar la adjudicación de un contrato de *Mercapalma, S.A.*, a una empresa en la que trabajase un/a familiar de la persona encargada de tomar la decisión.
- Tomar una decisión de negocios que puede beneficiar directamente a un/a amigo/a íntimo/a de la persona encargada de decidir, ya sea porque es uno/a de los/as que pagan dinero con la decisión o porque la empresa en la que trabaja es la que va a obtener el beneficio.

Cuando un/a destinatario/a de este Código de Conducta se encuentra en una situación de conflicto de intereses debe ponerlo en conocimiento de sus superiores y no tomar ninguna decisión sobre el asunto en el que exista conflicto. Si sus superiores le dan el orden de proceder una vez estudiado el posible conflicto de intereses, entonces el/la destinatario/a podrá tomar la decisión que objetivamente resulte más conveniente a los intereses de Mercapalma. A la hora de permitir a un/a destinatario/a de este Código en situación de conflicto de intereses tomar la decisión en la que exista el conflicto, sus superiores tendrán en cuenta no sólo la integridad y objetividad de la persona que vaya a decidir, sino también si la imagen de objetividad de la compañía puede verse afectada frente a terceros/as.

Cuando el/la destinatario/a del Código de Conducta que se encuentra en situación de conflicto de intereses forme parte de un grupo de personas encargado colectivamente de tomar la decisión (como son los comités o grupos de trabajo) lo pondrá en conocimiento del resto de personas encargadas de tomar la decisión cuando ésta sea colectiva y se abstendrá de participar en cualquier votación.

II.4 Obsequios y hospitalidad

En las relaciones con terceras personas y empresas, los/as destinatarios/as de este Código de Conducta no harán nunca regalos ni invitaciones cuyo valor económico exceda de lo que pueda ser considerado razonable y moderado atendidas las circunstancias del asunto y del lugar de que se trate.

Cuando las reglas de conducta aplicables a las terceras personas o empresas prohíban o limiten por debajo del umbral de lo razonable y moderado los obsequios o invitaciones, los/as destinatarios/as de este Código de Conducta se abstendrán de realizar ninguna invitación ni de ofrecer ningún regalo que vulnere lo establecido en las reglas de conducta aplicables a los/as posibles destinatario/as.

En línea con lo anterior, en las relaciones con terceras personas y empresas, los/as destinatario/as de este Código rechazarán cualquier regalo invitación cuyo valor económico exceda de lo que pueda ser considerado razonable y moderado atendidas las circunstancias del asunto y lugar de que se trate. El rechazo se hará siempre educadamente, explicando que obedece a lo que establece el *Código de Conducta Empresarial de Mercapalma, S.A.* (CCEM).

En aquellos supuestos excepcionales en los que, de acuerdo con las prácticas de negocios, sea necesario aceptar obsequios que excedan del valor que se considera moderado, razonable, el obsequio se aceptará siempre en nombre de *Mercapalma, S.A.*, que será su única propietaria y decidirá el destino de dicho obsequio.

II.5 Información privilegiada

Los/as destinatario/as de este Código de Conducta nunca utilizarán la información que conozcan como consecuencia de sus relaciones con Mercapalma para obtener una ventaja económica personal, ni se la facilitarán a terceros/as para que puedan obtener el mismo tipo de ventajas.

II.6 Respeto a la libre competencia

Mercapalma está firmemente comprometida con la libre competencia. En consecuencia, siempre que Mercapalma concorra con uno o más competidores/as para lograr desarrollar una operación de negocios, los/as destinatario/as de este Código de Conducta se abstendrán de realizar ninguna práctica contraria a la libre competencia para favorecer los intereses de Mercapalma.

Se consideran prácticas contrarias a la libre competencia:

- La obtención ilícita de información sobre el producto o la oferta del competidor/a.
- La concertación con uno o más competidores/as para fijar precios u otros elementos determinantes de la oferta a la que se concurren.
- La difusión de información falsa o tergiversada que resulte perjudicial para uno/a o más competidores/as.
- La difusión de información veraz que resulte beneficiosa para algún/a competidor/a o varios/as.

II.7 Cumplimiento de contratos

Siempre que *Mercapalma, S.A.*, celebra un contrato, lo hace con la voluntad y el compromiso de que el contrato entre en vigor y de cumplir todo lo pactado. Los/as destinatario/as/as de este Código de Conducta no podrán impedir ni obstaculizar de manera injustificada el cumplimiento de los contratos de la empresa.

II.8 Negociación honesta

Cuando los/as destinatario/as de este Código de Conducta negocian en nombre o por interés de *Mercapalma, S.A.*, lo harán siempre sin emplear prácticas deshonestas o injustas.

II.9 Publicidad

Los/as destinatario/as de este Código serán consecuentes de su obligación de informar siempre de manera fiel, exacta y veraz, a los/as clientes/as sobre los servicios a prestar, sin posibilidad de llevar a engaño sobre sus características. Este comportamiento ha de ser extensivo a todos los Grupos de Interés.

Siempre que se realice cualquier tipo de publicidad sobre las características de los servicios prestados se determinarán de forma clara y sin llevar a confusión o engaño.

II.10 Rechazo a las prácticas corruptas y sobornos

Mercapalma rechaza cualquier tipo de práctica corrupta, en especial los sobornos. Todos/as los/as destinatario/as del *Código de Conducta empresarial de Mercapalma, S.A.*, se abstendrán de promover, facilitar, participar o encubrir ningún tipo de práctica corrupta, y procederán en cualquier caso a denunciar cualquier práctica corrupta de la que tenga conocimiento.

III. Respeto por las personas

El respeto por las personas físicas es un principio/valor fundamental en toda la acción de Mercapalma.

"Debemos contribuir a que nuestro lugar de trabajo sea justo, respetuoso y esté libre de cualquier tipo de acoso o discriminación"

III.1 Trato respetuoso

Los/as destinatario/as de este Código de Conducta tratarán siempre a todas las personas físicas con las que se relacionen, sean o no destinatarias o concedoras del Código de Conducta, con el debido respeto. No se permitirán actuaciones o manifestaciones verbales o escritas irrespetuosas contra ninguna persona o grupo de personas, se halle/n o no presente/s.

III.2 Violencia y comportamientos agresivos

Mercapalma prohíbe de manera categórica a los/as destinatario/as de este Código cualquier tipo de conducta violenta y de comportamiento agresivo, incluidas desde luego la agresión o la amenaza de agresión física, así como la violencia verbal o gestual.

III.3 Igualdad y no discriminación

Mercapalma garantiza a todos/as sus empleados/as un trato igual y no discriminatorio con independencia de su raza, religión, sexo y orientación sexual, nacionalidad, edad, situación de embarazo, grado de discapacidad y demás circunstancias legalmente protegidas.

Mercapalma tiene un compromiso firme con sus políticas de igualdad y todos/as los/as destinatario/as de este Código de Conducta deberán actuar en consecuencia, conociendo y favoreciendo tales políticas.

III.4 Acoso

Mercapalma también prohíbe y persigue las conductas de acoso en el entorno laboral, incluido el acoso sexual. Los/as destinatario/as de este Código de Conducta deberán conocer y aplicar las políticas de la empresa para la prevención y persecución del acoso en el entorno laboral.

III.5 Conciliación de la vida personal, familiar y laboral

La empresa asume el compromiso de facilitar la conciliación de la vida personal, familiar y laboral de las personas que la integran.

III.6 Respeto de los derechos humanos

Sin perjuicio de los compromisos anteriores concretos, Mercapalma tiene un compromiso general de respeto de los derechos humanos de todas las personas físicas.

Asimismo, Mercapalma mantiene un especial interés en el control y seguimiento del cumplimiento de los derechos humanos en su relación con el personal de la compañía, con atención especial a los ligados a la actividad empresarial tales como el derecho de asociación (libertad de sindicación y derecho a negociación colectiva), los derechos de la infancia y la juventud (supresión de la explotación infantil y trabajos forzados) o el derecho a condiciones de empleo equitativas y satisfactorias.

IV. Protección de la salud y de la integridad física

“Estamos comprometidos en crear un entorno de trabajo seguro que promueva la integridad, el trabajo en equipo, la diversidad y la confianza”

IV.1 Prevención de riesgos laborales

Mercapalma concede la máxima importancia a la protección de la integridad física y de la salud de las personas y a la prevención de cualquier tipo de riesgo para ellas en el lugar de trabajo. La empresa cumplirá en todo momento con las leyes que resulten aplicables en cada momento y pondrá en marcha una política integral de prevención de riesgos laborales adecuada.

Mercapalma mantiene un claro compromiso de informar a todos/as los/as destinatario/as de este Código de Conducta de las reglas y procedimientos en materia de prevención de riesgos laborales.

Los/as destinatario/as del Código de Conducta deben conocer y cumplir rigurosamente las normas de seguridad y salud establecidas en la empresa.

Los/as destinatario/as del Código de Conducta tienen el derecho y el deber de comunicar a la empresa, a través de sus superiores o los responsables de salud laboral o a través de los canales establecidos al efecto, la existencia de cualquier presunta infracción a las reglas en esta materia y de cualquier situación en la que se esté poniendo en peligro la seguridad y salud de los/as trabajadores/as.

IV.2 Drogas y sustancias permitidas

Mercapalma se encuentra comprometida en un entorno de trabajo libre de drogas y de la influencia de otras sustancias permitidas que pueden alterar la conducta de las personas.

Los/as destinatario/as de este Código de Conducta, mientras se encuentren en sus instalaciones o realicen su trabajo fuera de ellas, se abstendrán de consumir drogas o sustancias prohibidas, así como de abusar en el consumo de alcohol o de otras sustancias, cuando ello sea permitido por la legislación vigente o por la normativa interna de la empresa, que puedan afectar a su conducta, a su seguridad o a la de terceros.

V. Protección del medio ambiente

La protección del medio ambiente es uno de los principios rectores de la actuación empresarial de Mercapalma que actúa siempre de acuerdo con lo establecido en las leyes y demás normas sobre protección medioambiental.

Mercapalma dotará de un adecuado sistema de normas y procedimientos de gestión medioambiental, adecuados a la legislación vigente en cada caso, que permitan identificar y minimizar los distintos riesgos medioambientales, en especial cuando se trate de eliminación de residuos, manejo de materiales peligrosos y prevención de vertidos y filtraciones.

Mercapalma facilitará a los/as destinatario/as de este Código de Conducta conocimiento de todas las normas y procedimientos internos de la empresa sobre protección medioambiental que afecten a su actividad y nivel de responsabilidad.

Los/as destinatario/as de este Código deberán asumir y respetar la Política Medioambiental, cumpliendo las normas de actuación que en esta materia se establezcan en cada momento.

Los/as destinatario/as de este Código han de velar por su cumplimiento y poner en conocimiento de sus superiores o de los responsables de gestión medioambiental, en su caso, todos los riesgos e infracciones de dichos procedimientos de los que tenga noticia.

"Asumimos el compromiso de identificar, prevenir, controlar y reducir nuestro impacto medioambiental"

VI. Gestión eficiente

"Utilizamos los activos y recursos de la empresa de forma adecuada y apropiada"

VI.1 Obtención de margen

El propósito de la acción empresarial de Mercapalma es la obtención de margen en sus operaciones empresariales dentro de los límites establecidos por las leyes, los

contratos y este Código de Conducta. Todos/as los/as destinatario/as del código procurarán la obtención del margen dentro de esos límites.

VI.2 Adecuada gestión de los recursos

Para facilitar la obtención del margen empresarial, los/as destinatarios/as de este Código de Conducta procurarán en todo momento gestionar los recursos de la empresa de la manera que resulte más eficiente, evitando todo tipo de gastos innecesarios.

VI.3 Uso de los recursos de la empresa para fines personales

Salvo para aquellos casos en que la legislación o las normas de la empresa autoricen el uso de los medios de la empresa para fines personales, los/as destinatario/as de este Código de Conducta se abstendrán de utilizar ninguno de los medios de la empresa para usos propios.

VII. Uso y protección de la información

“Proteger la información confidencial y hacer un uso responsable de la misma es nuestro objetivo.”

VII.1 Protección de la información confidencial

Mercapalma tiene acceso en sus negocios a información de clientes/as y proveedores/as que se facilita bajo compromiso contractual de confidencialidad. La empresa asume el compromiso de no divulgar y proteger esta información confidencial. Dicho compromiso debe ser asumido y cumplido por todos/as los/as destinatario/as de este Código de Conducta.

Como todas las empresas, en el curso de sus operaciones Mercapalma genera información que resulta valiosa para la empresa o cuya divulgación podría perjudicar sus intereses o sus operaciones en el mercado. Mercapalma asume el compromiso de regular de una manera clara y razonable la identificación, el manejo y la protección de su información confidencial. Los/as destinatario/as del Código de Conducta deberán conocer y cumplir dicha regulación.

Asimismo:

- a. Los/as destinatario/as de este Código nunca utilizarán la información que conozcan como consecuencia de sus relaciones con Mercapalma para obtener una ventaja económica personal, ni se la facilitarán a terceros para que puedan obtener el mismo tipo de ventajas.
- b. Los/as destinatario/as de este Código se comprometen a mantener la confidencialidad y a hacer un uso discreto, y acorde con la normativa interna en la materia, de cualquier dato, información o documento obtenido (tanto interno, como de terceros) durante el ejercicio de sus responsabilidades en la empresa. Con carácter general, y mientras no se les indique lo contrario, la información a la que tiene acceso debe ser considerada confidencial.
- c. Igualmente, no deberán hacer duplicados, ni reproducirla, ni hacer más uso de la misma que el necesario para el desarrollo de sus tareas y no la almacenarán en sistemas de información que no sean propiedad de Mercapalma.
- d. Respecto a la información confidencial de terceros:
 - d.1. Ningún destinatario/a de este Código podrá utilizar información o documentación perteneciente a otra entidad, que se haya obtenido por el/la destinatario/a como consecuencia de haber prestado sus servicios anteriormente en dicha entidad. Nunca un/a destinatario/a podrá utilizar en Mercapalma información o documentación de su empresa previa, rechazando ésta la incorporación de dichos materiales.
 - d.2. Ningún destinatario/a de este Código podrá ceder, sin contar con las autorizaciones correspondientes, datos de clientes/as o de proveedores/as a otras sociedades, incluso dentro de la propia empresa, para hacer una explotación comercial de los datos para fines distintos de los que han sido recabados.
- e. Todos/as los/as destinatarios/as de este Código adquieren el compromiso de confidencialidad con el conocimiento del mismo.

VII.2 Protección de datos de carácter personal

Las leyes de muchos países protegen la información más sensible para las personas, en especial para las personas físicas, impidiendo que la misma pueda ser divulgada o manejada a través de sistemas informáticos sin garantías.

Mercapalma pone especial cuidado en proteger los datos de carácter personal de las personas a los que tiene acceso en el curso de sus negocios, cumpliendo siempre las leyes que resultan aplicables. Los/as destinatarios/as de este Código de Conducta, responsables del manejo o archivo de los datos de carácter personal legalmente protegidos, están obligados a conocer la legislación aplicable y a velar por su debida aplicación y cumplimiento.

VII.3 Propiedad intelectual y patente

Los/as destinatarios/as de este Código de conducta deben respetar la propiedad intelectual y el derecho de uso que corresponde a Mercapalma en relación con los cursos, proyectos, programas y sistemas informáticos; equipos, manuales y videos; conocimientos, procesos, tecnología, “know-how”, y en general, demás obras y trabajos desarrollados o creados en Mercapalma, ya sea como consecuencia de su actividad profesional o de la de terceros.

Los/as destinatarios/as de este Código de conducta tienen prohibido el acceso a ordenadores ajenos, el manejo de información o software no facilitados o autorizados por la empresa y la realización de copias de ningún programa de Mercapalma o cedido a ésta.

VII.4 Compromiso de transparencia

Siempre que no afecte a la información confidencial, Mercapalma está comprometida con la transparencia de su actuación, dando a conocer al público en general la información establecida en las leyes y la que resulta razonable divulgar, sobre la actividad y negocios de la Compañía.

VIII. Calidad

Los Principios de Calidad forman parte de la cultura organizativa de Mercapalma con el objetivo de lograr la máxima satisfacción de sus Grupos de Interés con el adecuado cumplimiento de los requisitos establecidos en los contratos.

Los/as empleados/as de *Mercapalma, S.A.*, deben tener como prioridad conseguir la excelencia en la calidad del servicio y en la atención a los Grupos de Interés, gestionando con rapidez y rigor el cumplimiento de las obligaciones para con ellos/as.

"Nuestro compromiso con la calidad es vital para nuestro negocio. Trabajamos firmemente para conseguir la máxima satisfacción de nuestros grupos de interés"

DIFUSIÓN Y APLICACIÓN DEL CÓDIGO DE CONDUCTA

Acciones de formación

Mercapalma realizará las acciones de formación precisas para que todos/as sus empleados/as tengan conocimiento suficiente de este Código de Conducta y de su contenido. La formación incluirá criterios y orientaciones para resolver dudas de acuerdo con la experiencia acumulada.

Junto a la formación general, Mercapalma dará formación especializada a aquellos grupos de sus directivos/as o su trabajadores/as que, por razón de las labores que desempeñan, deban tener un conocimiento más preciso y detallado de las reglas de conducta aplicable a su área de actividad.

Apoyo y asesoramiento

Todos los/as destinatarios/as de este Código de Conducta tendrán a su disposición los siguientes cauces para trasladar sus dudas sobre el Código de Conducta y pedir consejo y apoyo:

- Al Comité encargado del control y seguimiento del Código de Conducta (Comité de seguimiento del CCEM).
- Al/La respectivo/a Director/a de área.
- Al/La responsable de Recursos Humanos o Departamento correspondiente.

VERIFICACIÓN Y CONTROL

Cumplimiento del Código de Conducta y Comité de seguimiento del CCEM

Con el fin de garantizar el cumplimiento del presente Código, el Comité de Prevención de Riesgos Penales y Transparencia será el responsable de verificar y controlar su cumplimiento, además de tener atribuida la función general de supervisión y control del Plan de Prevención de Riesgos Penales. Su nombramiento corresponderá al Consejo de Administración de Mercapalma.

Auditorias y controles internos

Mercapalma, establecerá un adecuado sistema de vigilancia y control que verifique el cumplimiento del *Código de Conducta empresarial de Mercapalma, S.A.*, sin esperar a que se reciban quejas o denuncias.

Para medir el grado de cumplimiento del Código de Conducta se establecerán indicadores y se analizará anualmente su resultado, figurando en el cuadro de indicadores de la empresa. Al menos anualmente se informará al Consejo de Administración en relación al Código de Conducta del grado de cumplimiento del CCEM, del número de consultas realizadas al Comité de control y seguimiento del Código de Conducta, el número de denuncias por corrupción, el número de denuncias por discriminación por razón de sexo, raza o religión, las incidencias en el incumplimiento del deber de confidencialidad y el número quejas por falta de respeto a personas por parte de cualquier miembro de la organización. A consideración del Consejo de Administración se establecerán nuevos indicadores que se consideren necesarios o se podrán suprimir alguno de los anteriores si se estima que no son necesarios.

Canal de recepción de quejas o denuncias

Siempre que un/a destinatario/a o conocedor/a del Código de Conducta de Mercapalma quiera poner en conocimiento de la empresa una posible vulneración de este, podrá dirigirse directamente al Consejo de Administración como responsable del Control de Riesgos Penales y Transparencia y del Código de Conducta a través de los siguientes medios:

- Por correo postal a: Calle Cardenal Rossell, 182 Coll d'en Rabassa, 07007 Palma de Mallorca-Illes Balears. En sobre cerrado a la atención del *Comité de seguimiento CCEM* en la Secretaría de Dirección de Mercapalma, S.A.,
- Por correo electrónico a: canaldenuncias@mercapalma.es

Independencia y confidencialidad

Mercapalma garantiza a quien presente su queja o denuncia directamente al Comité de seguimiento CCEM la confidencialidad de su identidad, salvo cuando haya de ser identificado/a ante las autoridades de acuerdo con lo establecido por las leyes.

Mercapalma también garantiza que el Comité de seguimiento CCEM desarrollará la investigación de los hechos denunciados o comunicados con absoluta independencia de todos los órganos responsables de la gestión de la compañía salvo el Consejo de Administración.

Prohibición de represalias

Mercapalma garantiza que nunca se tomarán represalias contra cualquiera que de buena fe, ponga en conocimiento de la empresa una posible vulneración de su Código de Conducta, colabore en su investigación o ayude a resolverla.

Esta garantía no alcanza a quienes actúen de mala fe con ánimo de difundir información falsa o de perjudicar a las personas o a la empresa. Contra estas conductas ilícitas Mercapalma adoptará las medidas legales o disciplinarias que procedan.

Investigación de las posibles vulneraciones

El Comité de seguimiento CCEM analizará los hechos denunciados o comunicados y podrá pedir información a otros órganos de la empresa quienes estarán siempre obligados a facilitarla, siempre que no exista prohibición legal para ello.

Salvo cuando las leyes aplicables dispongan que se deba proceder de otra manera, cuando la investigación avance, el Comité de seguimiento CCEM pondrá los hechos en conocimiento de las personas afectadas a fin de que puedan aportar información adicional y, en su caso, alegar o justificar las razones de su actuación. El Comité de seguimiento CCEM pondrá en conocimiento del Consejo de Administración el resultado de dicha investigación y corresponderá al mismo Consejo tomar la decisión que resulte oportuna.

Reacción frente al incumplimiento del Código de Conducta

Cuando se compruebe la existencia de una infracción del Código de Conducta que esté perseguida por la ley, Mercapalma procederá a ponerlo en conocimiento de las autoridades que resulten competentes.

Si la vulneración del Código de Conducta legitima a la empresa para tomar medidas disciplinarias contra sus directivos/as, empleados/as o trabajadores/as, incluido el despido, la empresa iniciará los trámites oportunos para llevarlas a efecto.

Finalmente, si la vulneración ha sido realizada por los/as representantes, mandatarios/as, agentes y mediadores/as de Mercapalma, la empresa actuará de acuerdo con lo que establezca sus respectivos contratos, pudiendo dar por terminada la relación.

APROBACIÓN

Este Código de Conducta ha sido aprobado por el Consejo de Administración en su reunión del día 22 de mayo de 2018.



EL SECRETARIO



Vº Bº EL PRESIDENTE