



CÓDIGO ÉTICO

ÍNDICE

1. Aspectos generales	Pág. 2
2. Alcance	Pág. 2
3. Misión	Pág. 3
4. Nuestros valores	Pág. 3
5. Empleados	Pág. 3
6. Clientes	Pág. 4
7. Proveedores	Pág. 5
8. Código ético Bakery	Pág. 5
9. ANEXO I. Recomendaciones y protocolo en casos de crisis	Pág.17

1. Aspectos generales

En Bakery queremos seguir manteniendo nuestra reputación de calidad y “savoir faire” tanto con nuestros clientes como con nuestros proveedores. No queremos olvidarnos de la esencia de la agencia, nuestros empleados, que son los que con profesionalidad y implicación hacen que toda la maquinaria de una agencia de publicidad como Bakery funcione.

Esta forma de trabajar es algo que debemos cuidar y respetar cada uno de los implicados y hacer partícipes a todos/as nuestros/as clientes y proveedores de nuestro código ético.

Cada una de las personas que forman Bakery, tiene compromiso y responsabilidad individual con estos principios y valores y de esto depende el día a día de los equipos y de la organización. Actuar con integridad es más que proteger la imagen y la reputación de nuestra empresa, es también mantener un lugar donde todos estemos orgullosos de trabajar. Por ello, Bakery crea un Código que a través de nuestros valores y principios básicos define las pautas de comportamiento que hacen de nuestra compañía un mejor lugar en el que trabajar y con la que colaborar. Esto significa actuar con honestidad y tratar a cada uno de nosotros, a nuestros empleados, clientes, y proveedores de manera justa y con dignidad.

2. Alcance

Los empleados de Bakery deben seguir este Código Ético. De la misma forma, Bakery confía en que todos sus proveedores, clientes y colaboradores compartan todos y cada uno de los principios de este documento y que los apliquen íntegramente como base de una relación comercial justa y duradera.

El Código Ético se comunicará a todos los empleados de la empresa a través de formación especializada que se llevará a cabo anualmente. El incumplimiento del Código Ético puede dar lugar a acciones disciplinarias y, en su caso, a la terminación de la relación laboral.

Así mismo, todos los proveedores de Bakery recibirán el Código Ético y deberán aceptarlo mediante la firma del mismo.

3. Misión

Ofrecer servicios de calidad aportando valor a nuestros clientes, mediante una gestión profesional, ética y socialmente responsable, en todos nuestros proyectos y campañas.

4. Nuestros Valores

Integridad. Relacionarse con las personas de una manera auténtica. Decir NO a la falsedad. En Bakery cumplimos las promesas que le hacemos tanto a clientes como a proveedores y hacemos nuestro mejor esfuerzo para que nuestro negocio sea transparente.

Responsabilidad. Ser responsables. El negar la responsabilidad erosiona el respeto y la cohesión en una organización. Las personas éticas asumen la responsabilidad por sus acciones, del mismo modo, las acciones muestran la capacidad de ser responsable tanto en las cosas pequeñas como en las grandes.

Calidad. La calidad debe ser más que dar el mejor servicio, sino que debe extenderse a todos los aspectos del trabajo. Una persona que reconoce la calidad y se esfuerza para que todos los días tenga un profundo sentido de respeto propio, el orgullo en sus logros, y la atención que afecta a todo, es una persona rica en valores éticos.

Confianza. La confianza es difícil de ganar y aún más difícil que vuelva después de haberla perdido. Todo el que entra en contacto con Bakery debe contar con la confianza en la forma de hacer negocios.

Respeto. El respeto es más que un sentimiento, sino una demostración de honor, valor y respeto por algo o alguien. En Bakery respetamos las leyes, las personas con las que trabajamos, la empresa y sus activos, y a nosotros mismos.

El trabajo en equipo. Dos o más empleados en conjunto forman un equipo. Se trata de una necesidad constante de Bakery de trabajar abiertamente y con apoyo en equipos, ya sea formal o informal.

5. Empleados

Respetamos y promovemos los Derechos Humanos, por considerarlos fundamentales y universales, según las leyes y prácticas aceptadas a nivel internacional, tales como los de la

Declaración de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas, la Organización Internacional del trabajo y los principios del Pacto Mundial.

Entre aquellos derechos que consideramos fundamentales están:

- El derecho a la no discriminación por raza, credo, color, nacionalidad, origen étnico, edad, religión, sexo, cambio de sexo, orientación sexual, estado marital, conexiones con una minoría nacional, minusvalía u otro estado;
- El derecho a no sufrir detención arbitraria, ejecución o tortura;
- La libertad de reunión pacífica y asociación;
- La libertad de pensamiento, conciencia y religión; y la libertad de opinión y expresión.

En Bakery no utilizamos mano de obra infantil o forzada. No toleraremos condiciones o tratamientos laborales que estén en conflicto con las leyes y prácticas internacionales.

Nos comprometemos a ofrecer remuneraciones y horarios laborales justos, facilitando un sano equilibrio entre el trabajo y la vida privada. En Bakery declaramos nuestro compromiso en el establecimiento y desarrollo de políticas que integren la igualdad de trato y oportunidades entre mujeres y hombres, sin discriminar directa o indirectamente por razón de sexo, así como en el impulso y fomento de medidas para conseguir la igualdad real en el seno de nuestra organización, estableciendo la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres como un principio de nuestra política estratégica de Responsabilidad Social Corporativa.

6. Clientes

En Bakery perseguimos establecer relaciones justas y éticas con nuestros clientes, basadas en el establecimiento de condiciones comerciales claras y su estricto cumplimiento.

Todos los clientes deben ser atendidos con interés, dedicación, ecuanimidad y honestidad, respetando las diferencias individuales.

Con el objetivo de que se animen a aplicar este Código Ético, así como cualquiera que suponga la mejora de su Responsabilidad Social Corporativa, en Bakery nos comprometemos a colaborar activamente con nuestros clientes.

7. Proveedores

Todos los proveedores que quieran trabajar con Bakery, como condición imprescindible para hacer negocios con nosotros, deben cumplir nuestro Código de Comercio Ético. En Bakery tenemos que ser conscientes de que un acto inmoral e ilegal de un proveedor puede dañar nuestra reputación y causar una pérdida importante en la imagen de respeto que como empresa responsable tenemos.

Entre nuestros proveedores incluimos cualquier tercero, como consultores, freelances, contratistas, etc.

Los responsables de seleccionar a los proveedores deberán basar sus decisiones en la Política de Compras de Bakery basados fundamentalmente en los méritos, la calidad del servicio y su reputación.

8. Código ético Bakery

8.1 INTRODUCCIÓN

Artículo 1.

Objeto y finalidad del Código Ético.

Este Código Ético (en adelante, el “Código” o el “Código Ético”) contiene el catálogo de principios y normas de conducta que han de regir la actuación de todos los empleados, clientes y proveedores de Bakery, con el fin de procurar un comportamiento ético y responsable en el desarrollo de su actividad. Este Código no pretende abarcar todas las situaciones posibles que puedan surgir, sino establecer unas pautas mínimas de conducta que deben orientar a sus trabajadores y profesionales en su forma de actuar durante el desarrollo de su actividad profesional.

Artículo 2.

Ámbito de aplicación.

2.1. El presente Código Ético es de aplicación a todos los profesionales vinculados con algún tipo de relación laboral a Bakery. Los empleados de Bakery que gestionen o dirijan equipos de personas deberán, además, velar porque los Profesionales directamente a su cargo conozcan, comprendan y cumplan este Código y liderar con el ejemplo.

Artículo 3.

Unidad de Cumplimiento.

Bakery dispone de un comité nombrado expresamente para que este código y normas de conducta se lleven a cabo y son los encargados de:

- Velar y promover el comportamiento ético de los Profesionales.
- Identificar, gestionar y mitigar los riesgos de cumplimiento y velar por el cumplimiento de

- Legislación vigente aplicable.
- Realizar el seguimiento del Código Ético y promover acciones de difusión y formación.

8.2. PRINCIPIOS ÉTICOS GENERALES

Artículo 4.

Derechos Humanos y libertades públicas.

Bakery manifiesta su firme compromiso con el respeto a los derechos humanos y a las libertades individuales, la construcción de la democracia y la libertad de expresión, la preservación del entorno natural y la colaboración con el desarrollo y el bienestar de las comunidades con las que se relaciona. La educación de calidad y la información con rigor e independencia como garantía de futuro para una ciudadanía responsable.

En particular, Bakery manifiesta su total rechazo al trabajo infantil y al trabajo forzoso u obligatorio y se compromete a respetar la libertad de asociación y negociación colectiva.

Artículo 5.

Desarrollo profesional, igualdad de oportunidades, no discriminación y respeto a las personas.

Bakery considera a su equipo profesional como el principal activo de la compañía, por lo que:

5.1. El Grupo promueve la igualdad de oportunidades en lo que se refiere al acceso al empleo, a la formación y a la promoción de los Profesionales, así como la no discriminación por la condición personal, física o social de sus Profesionales (ya sea por razón de raza, color, nacionalidad, origen social, edad, sexo u orientación sexual, estado civil, ideología o religión). La selección, contratación y carrera profesional de los Profesionales se fundará en el mérito, la capacidad y el desempeño de sus funciones, con actitud abierta a la diversidad y con el objetivo de identificar aquellas personas más acordes con el perfil y necesidades del puesto a cubrir.

5.2. Todos los Profesionales, y especialmente quienes desempeñen funciones de dirección, deben tratarse con respeto y propiciar un ambiente de trabajo cómodo, positivo, saludable y seguro.

5.3. No se incurrirá bajo ninguna circunstancia en conductas de acoso físico, sexual o psicológico, abuso de autoridad, ofensa, difamación u otra forma de agresividad y hostilidad.

5.4. Bakery es consciente de la importancia de propiciar un adecuado equilibrio entre la vida profesional y personal, y promoverá los programas de conciliación que ayuden a los Profesionales a lograr un equilibrio entre ambas.

Artículo 6.

Salud y seguridad en el trabajo.

Bakery adoptará las medidas preventivas en materia de seguridad y salud en el trabajo establecidas al respecto en la legislación vigente, teniendo como objetivo la mejora permanente de las condiciones de trabajo y la minimización de los riesgos laborales.

8.3. NORMAS GENERALES DE CONDUCTA PROFESIONAL

Artículo 7.

Protección del medio ambiente.

Bakery llevará a cabo sus actividades de manera que se minimicen los impactos medioambientales negativos y cumpliendo los estándares establecidos en la normativa medioambiental que sea de aplicación como muestra en su política medioambiental.

Artículo 8.

Cumplimiento de la normativa y conducta profesional íntegra.

Los Profesionales desarrollarán una conducta profesional recta y honesta en la agencia, debiendo además de cumplir con:

- Las disposiciones generales (leyes, reglamentos, circulares de organismos reguladores y supervisores) que regulan la actividad de la agencia en cualquier país;
- Los reglamentos, normas y procedimientos internos que tenga implantada la agencia;
- Los principios y reglas deontológicas que les resulte de aplicación, así como los usos y buenas prácticas de los países en los que ejerzan su actividad;
- Las obligaciones y compromisos asumidos por Bakery en sus relaciones contractuales con terceros.

Los Profesionales que asuman funciones directivas deberán conocer particularmente las leyes y reglamentaciones, incluidas las internas, que afecten a sus respectivas áreas de actividad y deberán asegurarse de que los Profesionales que dependan de ellos reciban la adecuada información y formación que les permita entender y cumplir las obligaciones legales y reglamentarias aplicables a su función laboral.

Todo Profesional que resulte imputado, inculpado o acusado en un procedimiento judicial penal o administrativo, que pueda afectarle en el ejercicio de sus funciones profesionales en la agencia o perjudicar la imagen o los intereses de Bakery, deberá informar de ello a su superior jerárquico o a Dirección de Recursos Humanos quienes, a su vez, lo comunicarán a la Unidad de Cumplimiento correspondiente.

Artículo 9.

Uso de los recursos y medios para el desarrollo de la actividad profesional.

Bakery pondrá a disposición de sus Profesionales los recursos y los medios necesarios para el desarrollo de su actividad profesional y éstos deberán hacer un uso responsable de los mismos.

Artículo 10.

Conflictos de intereses de los Profesionales y relaciones de clientes con la agencia.

10.1. Conflictos de intereses:

10.1.1. Los conflictos de intereses aparecen cuando los intereses personales de los Profesionales, de forma directa o indirecta, son contrarios o entran en colisión con los intereses de Bakery, interfieren en el cumplimiento recto de sus deberes y responsabilidades profesionales o les involucran a título personal en alguna transacción u operación económica de la agencia.

Bakery respeta la participación de sus Profesionales en actividades privadas siempre que no entren en colisión con sus responsabilidades como Profesionales en la agencia.

Los Profesionales de Bakery deberán evitar situaciones que pudieran dar lugar

a un conflicto entre sus intereses personales (o de sus Personas Vinculadas) y los de la agencia.

10.1.2. Ante una situación de posible conflicto de intereses los Profesionales de Bakery observarán los siguientes principios generales de actuación:

- a) Comunicación: informarán por escrito a su superior jerárquico sobre los conflictos de interés en que estén incurso, previamente a la realización de la operación o conclusión del negocio de que se trate, con el fin de adoptar las decisiones oportunas en cada circunstancia concreta y así evitar que su actuación imparcial pueda verse comprometida.
- b) Abstención: se abstendrán de intervenir en la toma de decisiones y de participar en las reuniones en que dichas decisiones se planteen y de acceder a información confidencial que afecte a dicho conflicto.
- c) Independencia: actuarán en todo momento con profesionalidad, con lealtad a Bakery e independientemente de intereses propios o de terceros.

Artículo 11.

Actividades externas de los Profesionales y no competencia.

11.1. Los Profesionales dedicarán a la agencia toda la capacidad profesional y esfuerzo necesario para el ejercicio responsable de sus funciones. La prestación de servicios laborales o profesionales, por cuenta propia o ajena, a la agencia, incluyendo las actividades académicas, deberán ser comunicadas a la Dirección de Recursos Humanos. Los Profesionales no podrán utilizar el nombre de la agencia para realizar operaciones por cuenta propia o de sus Personas Vinculadas.

11.2. La vinculación de los Profesionales con partidos políticos, grupos ideológicos, o con otro tipo de entidades, instituciones o asociaciones, se realizará de tal manera que quede claro su carácter personal, evitándose así cualquier relación con la agencia.

11.3. Los Profesionales no podrán prestar servicios a otras empresas o personas competidoras, salvo autorización expresa de su Dirección de Recursos Humanos.

11.4. Los Profesionales no podrán aprovechar oportunidades de negocio que sean de interés de la agencia en beneficio propio o de sus Personas Vinculadas.

A estos efectos se considerarán oportunidades de negocio aquellas operaciones de las que el profesional haya tenido conocimiento cuando la operación hubiera sido ofrecida al Grupo o este tenga interés en ella. Se exceptúan aquellas operaciones que, habiendo sido previamente ofrecidas a la agencia, ésta haya desistido de explotarlas sin mediar influencia del profesional o bien su Dirección de Recursos Humanos le autorice el aprovechamiento de la oportunidad de negocio.

Artículo 12.

Control interno y prevención de la corrupción.

12.1. Fiabilidad de la información y control de registros.

Bakery considera la transparencia en la información como un principio básico que

debe regir su actuación y por ello, garantizará que toda la información, financiera o no, que se comunique a los mercados, a los entes reguladores de dichos mercados y a las administraciones públicas, sea veraz y completa, refleje adecuadamente, entre otros, su situación financiera, así como el resultado de sus operaciones y sea comunicada cumpliendo los plazos y demás requisitos establecidos en las normas aplicables y principios generales de funcionamiento de los mercados y de buen gobierno que la agencia tenga asumidos. Este principio de transparencia y veracidad de la información será también de aplicación en la comunicación interna.

A título enunciativo y sin carácter limitativo, los Profesionales deberán:

- Asegurarse de que todos los bienes, derechos y obligaciones así como todas las operaciones y transacciones realizadas quedan adecuadamente registradas contablemente en los sistemas y archivos establecidos por Bakery.
- Mantener la estructura de control interno de la información financiera en sus áreas de responsabilidad, así como ejecutar los controles definidos que les hayan sido asignados con la periodicidad establecida, conservando la documentación necesaria de los mismos.
- Abstenerse de cualquier actuación que pueda suponer la falta de registro de ingresos obtenidos.
- Abstenerse del registro de ingresos, gastos, activos y pasivos inexistentes, el falseamiento de documentos, la realización de operaciones simuladas o ficticias y el asiento de gastos con indicación incorrecta de su objeto.
- Asegurarse de la adecuada custodia y conservación de la información recogida en los sistemas y archivos de la agencia de acuerdo con los plazos previstos en la legislación aplicable.
- Abstenerse de la constitución de sociedades y cuentas bancarias en paraísos fiscales.

12.2. Información reservada y confidencial.

Bakery entiende que la información es uno de sus principales activos, imprescindible para la gestión de sus actividades.

Toda la información propiedad o custodiada por Bakery, de carácter no público, tiene la consideración general de reservada y confidencial. Por tanto los Profesionales están obligados a mantener la reserva o confidencialidad de la información a la que accedan como consecuencia del desempeño de su actividad profesional en la agencia.

Asimismo, los Profesionales no deberán hacer uso fraudulento de dicha información y evitarán beneficiarse personalmente de una oportunidad de lucro de la que tuvieran conocimiento como consecuencia del desempeño de sus tareas.

12.3. Protección de datos personales.

Bakery pone especial cuidado en asegurar el derecho a la intimidad, protegiendo los datos personales confiados por sus clientes, socios, proveedores, colaboradores, contratistas, empleados, instituciones y público en general.

Los Profesionales de Bakery no recogerán, tratarán, almacenarán, conservarán, comunicarán, revelarán o usarán datos personales a los que tengan acceso en el desempeño de sus

responsabilidades en la agencia, de manera que se contravengan las normas establecidas por las leyes, convenios internacionales, contratos, anexos y convenios firmados con clientes y normativa interna en materia de protección de datos de carácter personal. El uso y protección de estos datos se detallan en el protocolo de LOPD de Bakery.

12.4. Obsequios, regalos y atenciones.

Los Profesionales de Bakery, por razón del cargo que ocupen, no podrán aceptar regalos, servicios u otro tipo de atenciones de cualquier persona o entidad, que puedan afectar a su objetividad o influir en una relación comercial, profesional o administrativa.

Los Profesionales de Bakery no podrán ofrecer, de forma directa o indirecta, regalos, servicios o cualquier otra clase de favor a clientes, proveedores, socios o a cualquier otra persona o entidad, que mantenga o pueda mantener relaciones con la agencia, con objeto de influir ilícitamente en dichas relaciones.

Excepcionalmente, la entrega y aceptación de regalos y obsequios estarán permitidas cuando concurren simultáneamente las circunstancias siguientes:

- no consistan en cantidades de dinero, su valor económico sea irrelevante o simbólico o sean objetos de propaganda de escaso valor;
- sean entregados o recibidos de forma transparente y con carácter ocasional, en virtud de una práctica comercial o uso social de cortesía generalmente aceptado;
- no sean contrarios a los valores de ética y transparencia aceptados por Bakery y no perjudiquen la imagen o reputación de la agencia;
- no estén prohibidas por la ley o las prácticas comerciales generalmente aceptadas.

Sin perjuicio de todo lo anterior, se permitirá la entrega de materiales complementarios a los productos y/o servicios ofrecidos por Bakery siempre y cuando:

- no se destinen al uso o beneficio personal del receptor,
- no consistan en cantidades en efectivo y estén dentro de los límites módicos y razonables con respecto a las relaciones comerciales,
- estén de acuerdo con las prácticas comercialmente aceptadas.

En cualquier caso, los Profesionales estarán obligados a documentar las entregas de dichos materiales conservando la sociedad copia de dichos documentos y se realizarán de acuerdo con los procedimientos internos de la agencia. Los regalos o atenciones ofrecidos a, o recibidos por, los Profesionales del Grupo que no cumplan con las exigencias contenidas en esta norma, y por lo tanto no estén permitidos, deberán ser rechazados o devueltos.

12.5. Sobornos y medidas contra la corrupción.

Los Profesionales de la agencia no podrán, directa o indirectamente, ofrecer, solicitar o aceptar ventajas o beneficios no justificados que tengan por objeto inmediato o mediato obtener un beneficio, presente o futuro, para Bakery, para sí mismos o para un tercero.

En particular, no podrán dar ni recibir cualquier forma de soborno o pago en metálico o en especie, sin causa legal con cualquier finalidad, procedente de, o realizado por, cualquier persona física o jurídica (ya sean funcionarios públicos, españoles o extranjeros, personal de otras empresas, partidos políticos, autoridades, clientes, proveedores, suministradores y

accionistas) incluyendo el ofrecimiento o promesa, directo o indirecto, de cualquier tipo de ventaja impropia, cualquier instrumento para su encubrimiento, así como el tráfico de influencias. Los Profesionales de Bakery no podrán dar ni aceptar atenciones que influyan, puedan influir o se puedan interpretar como influencia en la toma de decisiones. Los Profesionales de Bakery no podrán hacer pagos de facilitación o agilización de trámites, consistentes en la entrega de dinero u otra cosa de valor, cualquiera que sea su importe, a cambio de asegurar o agilizar el curso de un trámite o actuación ante cualquier órgano judicial, administración pública u organismo oficial. Ante cualquier situación de duda u observación de casos de corrupción, los Profesionales deberán informar a su superior jerárquico o a la Unidad de Cumplimiento correspondiente.

12.6. Prevención del blanqueo de capitales e irregularidades en los pagos.

Bakery y sus Profesionales deberán cumplir con los deberes de información y colaboración impuestos por la normativa de blanqueo de capitales vigente en cada país, y no usar en ningún caso datos relacionados con pagos de clientes de forma ilícita o inapropiada. En la misma línea, queda prohibida toda actividad que pudiere entrañar la falsificación o uso fraudulento de los mecanismos de pago utilizados por clientes y/o proveedores de la agencia, tales como tarjetas de débito o crédito, entre otros.

Con objeto de prevenir y evitar la realización de blanqueo de capitales provenientes de actividades delictivas o ilícitas, los Profesionales de Bakery, deberán además prestar especial atención a aquellos supuestos en que existan indicios de falta de integridad de las personas o entidades con las que se realizan negocios, tales como:

- pagos en metálico que resulten inusuales atendiendo a la naturaleza de la transacción, pagos realizados mediante cheques al portador y pagos realizados en divisas distintas a las especificadas en el contrato o acuerdo, o en la factura;
- pagos realizados a, o por terceros no mencionados en el contrato o acuerdo correspondiente;
- pagos o cargos en una cuenta que no sea la cuenta habitual de transacciones con determinada persona o entidad, siempre que se desconozca el destino de los fondos transferidos;
- pagos a personas o entidades residentes en paraísos fiscales, o a cuentas bancarias abiertas en oficinas ubicadas en paraísos fiscales;
- pagos a entidades en las que, por su régimen jurídico, no sea posible identificar a sus socios o últimos beneficiarios;
- pagos extraordinarios no previstos en los acuerdos o contratos;
- pagos tramitados por vía de urgencia.

Ante cualquier situación de duda u observación de casos de pagos irregulares o blanqueo de capitales, los Profesionales deberán informar a su superior jerárquico o a la Unidad de Cumplimiento correspondiente.

Artículo 13.

Imagen y reputación corporativa.

13.1. Todos los Profesionales deben poner el máximo cuidado en preservar la imagen y reputación de la agencia en todas sus actuaciones profesionales. Igualmente, vigilarán el respeto y uso correcto y adecuado de la imagen y reputación corporativa por parte de los contratistas, proveedores y empresas colaboradoras.

13.2. Legalidad:

Es de especial importancia la protección de la propiedad intelectual, por lo que los Bakery debe evitar el uso de cualquier texto, imagen o vídeo sin la autorización expresa del propietario, incluso aunque hayan sido divulgados en los medios de del cliente.

13.3 Respeto:

Los Profesionales siempre deben utilizar un lenguaje y tono correctos, siguiendo las normas básicas de educación socialmente establecidas.

Artículo 14.

Relaciones con otros grupos de interés.

14.1. Relaciones con los accionistas e inversores.

Bakery pondrá permanentemente a su disposición aquellos canales de comunicación y consulta que les permita disponer de información adecuada, útil y completa sobre la evolución de la agencia

14.2. Relaciones con los socios en proyectos mercantiles.

Bakery mantendrá con sus socios de negocio una relación de colaboración basada en la confianza, la transparencia en la información y la puesta en común de conocimientos, experiencias y capacidades, para alcanzar objetivos comunes y beneficio mutuo. Bakery promoverá entre sus socios el conocimiento de este Código Ético y la adopción de pautas consistentes con el mismo. Asimismo, se promoverá el desarrollo de las auditorías que pudieran ser necesarias para identificar y corregir deficiencias o debilidades en los sistemas de control interno existentes en los negocios comunes que Bakery tenga.

14.3. Relaciones con los clientes, usuarios, lectores y oyentes.

14.3.1. La agencia se compromete a ofrecer una calidad de servicios igual o superior a los requisitos y los estándares de calidad establecidos legalmente. Bakery competirá en el mercado basándose en los méritos de sus servicios. Las actividades de marketing y ventas deben fundarse en la superior calidad de los productos y servicios que la agencia tiene que ofrecer. En las relaciones con los clientes de sus servicios se salvaguardará siempre la independencia de Bakery, evitando que la actuación profesional se vea influenciada por vinculaciones económicas, familiares o de amistad, con clientes. En particular, deberá quedar garantizada la independencia en la concesión y fijación de condiciones especiales de operaciones de compraventa o contratación de bienes o servicios en general, o cualquier otra que pueda suponer un riesgo para la agencia. Los Profesionales actuarán con el máximo respeto y protección de los datos personales de los clientes de la agencia, sin perjuicio de la utilización que hagan de éstos en el marco de la estrategia comercial y el cumplimiento de los objetivos de Bakery, debiendo dar cumplimiento a lo establecido en la

legislación sobre protección de datos de carácter personal, en la medida en que resulte aplicable.

14.3.2. Los contratos con los clientes serán redactados de forma sencilla y clara. En las relaciones precontractuales o contractuales con los clientes se propiciará la transparencia y se informará de las distintas alternativas existentes, en especial, en lo referido a servicios, productos y tarifas.

14.3.3. Bakery promoverá entre sus clientes el conocimiento de este Código Ético, cuando proceda a efectos de la mejor aplicación de los principios contenidos en el mismo.

14.4. Relaciones con los colaboradores.

Bakery, cuenta con un gran número de colaboradores que, al estar directamente relacionados con sus servicios deberán ser especialmente cuidadosos en el seguimiento de los principios y las normas de conducta contenidas en este Código.

14.5. Relaciones con proveedores, contratistas y empresas colaboradoras.

14.5.1. Los procesos de selección de proveedores, contratistas y empresas colaboradoras de Bakery se desarrollarán con imparcialidad y objetividad, para lo que sus Profesionales deberán aplicar criterios de calidad y coste en dichos procesos, evitando cualquier conflicto de interés o favoritismo en su selección.

14.5.2. Los precios y las informaciones presentadas por los proveedores y suministradores en un proceso de selección serán tratados confidencialmente y no se revelarán a terceros salvo consentimiento de los interesados o por obligación legal, o en cumplimiento de resoluciones judiciales o administrativas.

14.5.3. La información facilitada por los Profesionales a los proveedores y suministradores de la agencia será veraz y no proyectada con intención de inducir a engaño.

14.5.4. Bakery promoverá entre sus proveedores, contratistas y empresas colaboradoras el conocimiento de este Código Ético y la adopción de pautas de conducta consistentes con el mismo, así como la certificación de sus proveedores con el fin de garantizar que los niveles de gestión de éstos son coherentes con este Código Ético.

14.6 Relaciones con los competidores.

14.6.1. Bakery se compromete a competir en los mercados de forma leal y no realizará publicidad engañosa o denigratoria de su competencia o de terceros.

14.6.2. La obtención de información de terceros, incluyendo información de la competencia, se realizará inexcusablemente de forma legal.

14.6.3. La agencia se compromete a impulsar la libre competencia en beneficio de los consumidores y usuarios. Bakery cumplirá la normativa de defensa de la competencia, evitando

cualquier conducta que constituya o pueda constituir una colusión, abuso o restricción de la competencia.

14.7. Relaciones con gobiernos y autoridades.

Las relaciones con las autoridades, los organismos reguladores y las Administraciones Públicas se plantean bajo los principios de cooperación y transparencia. Bakery reconoce el derecho de los Profesionales a ejercer su libertad de expresión, de pensamiento político y, en general, a participar en la vida pública, siempre y cuando no interfiera en el desempeño de su actividad profesional, se desarrolle fuera del horario laboral, y de modo que no lleve a un observador externo a asociar a Bakery con una opción o ideología política concreta.

14.8. Donaciones y proyectos de contenido social

Bakery, en su compromiso con el progreso y el bienestar de las comunidades con las que se relaciona, contribuye activamente a su desarrollo mediante donaciones y proyectos de contenido social y cultural junto a la fundación Tomando Conciencia, la cual desarrolla contenidos para concienciar a la sociedad y motivar un cambio actitudinal para fomentar un mundo mejor. Acorde con este compromiso y con sus valores de transparencia e integridad, toda donación que sea realizada deberá:

- a) Asegurar que todas las actuaciones estén alineadas a la estrategia corporativa de la marca, y garantizar que los convenios o contratos que regulen las donaciones estén revisados por los servicios jurídicos de Bakery, y de este modo hacer posible su adecuado control y seguimiento.
- b) Contar con las autorizaciones internas y, en su caso, externas, que sean precisas.
- c) Contribuir a los diferentes proyectos sociales que la fundación Tomando Conciencia realiza cada año.
- d) Quedar fielmente reflejado en los registros y libros contables de la agencia.

No podrán realizarse donaciones a ningún partido político o a favor de sus representantes.

8.4. OBLIGATORIEDAD DEL CÓDIGO ÉTICO, INCUMPLIMIENTO Y RÉGIMEN DISCIPLINARIO

Artículo 15.

Obligatoriedad del Código Ético.

El presente Código Ético es de obligado cumplimiento para todos los Profesionales de Bakery quienes, además, están obligados a asistir y participar en todas las acciones formativas que sean convocadas en relación con el mismo.

Ningún Profesional puede justificar una conducta impropia amparándose en una orden de sus superiores o en el desconocimiento de esta norma.

Artículo 16.

Denuncias por incumplimiento.

Todos los Profesionales de Bakery deben informar a su superior jerárquico o a su Dirección de Recursos Humanos o a la Unidad de Cumplimiento correspondiente, de cualquier incumplimiento de este Código que pudieran observar, tan pronto como tuvieran conocimiento de tales hechos.

Los superiores jerárquicos a los que les hubieran sido comunicados, por parte de las personas a su cargo, incumplimientos o vulneraciones de este Código Ético, deberán notificarlas a su vez, de manera inmediata a su Dirección de Recursos Humanos que informará a la Unidad de Cumplimiento correspondiente.

La identidad del denunciante tendrá la consideración de información confidencial. Bakery tramitará las comunicaciones, en la medida de lo posible, por cauces que observen una debida reserva y discreción sin que en ningún caso pueda ser adoptada ningún tipo de represalia sobre aquellos Profesionales que comuniquen, de buena fe, presuntos incumplimientos de este Código.

Asimismo los Profesionales podrán utilizar el Canal de Denuncias de Bakery, que se encuentra accesible mediante correo ordinario en la siguiente dirección:

Calle Pamplona, 96 local 19 08018 de Barcelona

El Canal de Denuncias es gestionado por la dirección de recursos humanos de Bakery. El procedimiento definido para la recepción de denuncias a través del Canal garantiza que el envío de las mismas por parte de los empleados es confidencial y anónimo.

Tras recibirse una denuncia, la Unidad de Cumplimiento correspondiente iniciará una investigación interna, salvo que la denuncia carezca manifiestamente de fundamento, contando para ello con la ayuda de los departamentos internos que se consideren pertinentes. La Unidad de Cumplimiento seguirá los procedimientos internos establecidos a estos efectos.

Artículo 17.

Régimen disciplinario.

Cuando la Unidad de Cumplimiento determine que un Profesional ha incumplido el presente Código Ético, encomendará a la Dirección de Recursos Humanos correspondiente la aplicación de las medidas disciplinarias conforme al régimen de faltas y sanciones previsto en el convenio colectivo o en la legislación laboral que resulte de aplicación.

El incumplimiento del Código Ético puede dar lugar a sanciones laborales, sin perjuicio de las administrativas o penales que, en su caso, puedan también resultar de aplicación.

8.5 DIFUSIÓN, COMUNICACIÓN E INTERPRETACIÓN

Artículo 18.

Difusión y Comunicación.

El Código Ético se comunicará y difundirá entre los Profesionales de Bakery. Será responsable de su ejecución la Dirección en coordinación con la Dirección de Recursos Humanos. La difusión externa del Código Ético será responsabilidad de la Dirección.

Este Código Ético estará permanentemente publicado en la página web corporativa <https://www.bakerygroup.es/>

Artículo 19.

Incidencias, consultas e interpretación del Código Ético.

Los Profesionales deberán plantear cualquier incidencia o consulta en relación con este Código Ético a su superior jerárquico inmediato o a su Dirección de Recursos Humanos, que deberán gestionarlas.

La Unidad de Cumplimiento de Bakery es el órgano al que corresponde la interpretación última de este Código Ético y atenderá las consultas que se cursen por las Direcciones de Recursos Humanos. Sus criterios interpretativos serán vinculantes.

8.6. ACTUALIZACIÓN Y MODIFICACIÓN

Artículo 20.

Actualización y modificación del Código Ético.

La Unidad de Cumplimiento de Bakery realizará un informe anual de incidencias en el cumplimiento del Código Ético e informará del resultado a los órganos de gobierno competentes, de acuerdo con las normas de gobierno corporativo de Bakery.

El Código Ético se revisará y actualizará periódicamente, atendiendo al informe anual de la Unidad de Cumplimiento, así como a las sugerencias y propuestas que, en su caso, realicen los Profesionales.

Las modificaciones a este Código Ético deberán ser aprobadas por el Consejo de dirección y la dirección de recursos humanos de Bakery.

9. ANEXO I. Recomendaciones y protocolo de actuación en caso de crisis.

Hablamos de crisis al referirnos a cualquier situación o hecho:

- Que pueda suponer un daño en la imagen y reputación de la agencia, su marca, productos, directivos y empleados en general.
- Que tenga lugar en webs o en cualquier medio social (blogs, Twitter, Facebook, LinkedIn...) de la agencia o de terceros.

Ante una crisis, los Profesionales han de actuar conforme a los siguientes principios:

- Proporcionalidad: evaluar y dimensionar correctamente lo que ocurre.
- Precaución: no actuar sin la seguridad de estar haciendo lo correcto.
- Honestidad: dar la cara y atender la crisis de la mejor de las maneras.
- Agilidad: responder a la mayor brevedad posible.
- Sobre todo, actuar con sentido común y responsabilidad.

PROTOCOLO DE ACTUACIÓN

Cualquier Profesional que tenga conocimiento de una crisis deberá:

- Informar inmediatamente a su responsable directo y al Director de Recursos Humanos, proporcionando, si fuera posible, imágenes o capturas de los mensajes objeto de la crisis.
- El Director decidirá si se debe actuar, quién debe actuar y cómo se debe actuar, coordinando desde ese momento, al equipo de redes sociales y producto y a cualquier otro departamento afectado (jurídico, marketing...) de la agencia.

Una vez atendida la crisis, el Director deberá elaborar un informe de toda la situación, para referencia en casos futuros, en el que se deberá incluir toda la información posible sobre:

- Cómo se tuvo conocimiento de la crisis
- Qué áreas fueron afectadas
- Qué la originó
- Cuál fue la solución o soluciones adoptadas
- Cuál fue el calendario de aplicación
- Quiénes participaron en su solución
- Qué consecuencias tuvo
- Qué principales aprendizajes se obtuvieron de la situación.