

doValue

CÓDIGO ÉTICO

CONTENIDO

MÉTODOS DE GESTIÓN DE DOCUMENTOS.....	4
1 INTRODUCCIÓN	5
1.1 FINALIDAD Y CONTENIDO.....	5
1.2 DESTINATARIOS.....	6
2 MISIÓN Y VALORES	7
2.1 MISIÓN	7
2.2 VALORES	7
3 PRINCIPIOS GENERALES	8
3.1 RESPETO DE LAS LEYES Y REGLAMENTOS VIGENTES	8
3.2 INTEGRIDAD EN LAS RELACIONES	9
3.3 OBJETIVIDAD Y GESTIÓN DE LOS CONFLICTOS DE INTERESES	9
3.4 PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES, CONFIDENCIALIDAD EN LA GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN	9
3.5 PROTEGER LA COMPETENCIA	10
3.6 PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL.....	10
4 GESTIÓN DE LAS RELACIONES EXTERIORES.....	10
4.1 RELACIONES CON LOS CLIENTES	11
4.1.1 Definición y gestión de las relaciones contractuales con los clientes	11
4.1.2 Gestión de valores.....	12
4.1.3 Cumplimiento de la legislación contra el blanqueo de dinero y el terrorismo.....	12
4.2 RELACIONES CON LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA.....	13
4.2.1 Principios generales	13
4.2.2 Gestión de las solicitudes de autorizaciones, licencias y concesiones	13
4.2.3 Gestión de litigios y acuerdos transaccionales	13
4.2.4 Estipulación y gestión de las relaciones contractuales	14
4.2.5 Gestión de subvenciones, préstamos y financiación pública	14
4.3 RELACIONES CON LAS AUTORIDADES DE SUPERVISIÓN Y OTRAS INSTITUCIONES CON COMPETENCIAS DE AUDITORÍA Y CONTROL	14
4.4 RELACIONES CON PROVEEDORES, COLABORADORES EXTERNOS, SOCIOS COMERCIALES Y OTROS PROVEEDORES DE BIENES Y SERVICIOS	15
4.5 GESTIÓN DE LAS RELACIONES CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EL MERCADO	16
4.6 GESTIÓN DE REGALOS Y GASTOS DE REPRESENTACIÓN	16
4.7 GESTIÓN DE DONACIONES, OBRAS BENÉFICAS, PATROCINIOS Y COLABORACIONES	16

5 GESTIÓN DE LAS OBLIGACIONES DE LA EMPRESA E INFORMACIÓN PRIVILEGIADA	17
5.1 GESTIÓN DE LA CONTABILIDAD, LA FISCALIDAD Y LOS CONTROLES INTERNOS	17
5.2 GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA.....	18
5.3 GESTIÓN DE LAS RELACIONES CON LOS ACCIONISTAS Y OTROS ÓRGANOS SOCIALES	18
5.4 CONFIDENCIALIDAD	19
5.5 GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN PRIVILEGIADA Y ABUSO DEL MERCADO	19
6 GESTIÓN Y PROTECCIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS, LOS ACTIVOS DE LA EMPRESA Y EL MEDIO AMBIENTE.....	19
6.1 SELECCIÓN Y GESTIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS	20
6.2 PROTECCIÓN CONTRA EL ACOSO Y LA DISCRIMINACIÓN	20
6.3 PROTECCIÓN DE LA SALUD Y LA SEGURIDAD EN EL LUGAR DE TRABAJO	20
6.4 GESTIÓN Y PROTECCIÓN DE LOS ACTIVOS DE LA EMPRESA	21
6.5 PROTEGER EL MEDIO AMBIENTE.....	22
6.6 PROTECCIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL	22
7 PREVENCIÓN DE LA CORRUPCIÓN	22
8 GOBERNANZA DEL CÓDIGO ÉTICO	23
8.1 APROBACIÓN	23
8.2 DISTRIBUCIÓN Y FORMACIÓN	23
8.3 APLICACIÓN Y CONTROL	24
8.4 NOTIFICACIÓN DE POSIBLES INFRACCIONES.....	24
8.5 SISTEMA DE SANCIONES	25

MÉTODOS DE GESTIÓN DE DOCUMENTOS

Empresa emisora	doValue S.p.A.
Empresa(s) beneficiaria(s)	Todas las empresas del Grupo
Título	Código ético
Fecha de publicación	04/10/2024
Fecha de inicio	Inmediato
Clasificación	PÚBLICO
Código de identificación del documento	DGG04-2024
Tipo de documento	Documento de Gobernanza
Directiva del Grupo	Sí
Redactado por (Propietario)	Cumplimiento y DPO global
Aprobado por (Responsable) el	Consejo de Administración de doValue el 26/09/2024
Normas derogadas o sustituidas	DGG03-2023-R01
Fecha de revisión por Cumplimiento Local	29/01/2026

1 INTRODUCCIÓN

1.1 FINALIDAD Y CONTENIDO

doValue S.p.A. (en adelante "doValue", "la Sociedad" o "la Sociedad matriz"), ha adoptado el presente "Código ético" (en adelante también "el Código") para definir de forma clara y transparente los valores en los que debe inspirarse el Grupo doValue (en adelante también "el Grupo") en el ejercicio de sus actividades.

El Código establece los principios éticos, deberes y responsabilidades que doValue y las demás empresas del Grupo (en adelante, junto con doValue, las "Empresas del Grupo") asumen con todas las partes que colaboran con ella para la consecución de los objetivos empresariales. Garantizar que la conducta de los destinatarios (véase el apartado 1.2 "Destinatarios") esté siempre inspirada en la corrección, la colaboración, la lealtad, la transparencia, la legalidad, la sostenibilidad y el respeto mutuo, y evitar que se produzcan conductas consideradas de algún modo inadecuadas.

El Grupo ya tiene en vigor reglamentos, normas, procedimientos y disposiciones organizativas que integran los principios del Código. Su objetivo es garantizar el cumplimiento de las estrategias de la empresa, lograr la eficacia y eficiencia de los procesos de la empresa, salvaguardar los valores de la actividad, proteger las pérdidas, la fiabilidad, la integración de la información contable y de gestión y, por último, el pleno cumplimiento operativo de las Leyes y reglamentos externos aplicables. Todas estas normas, que regulan aspectos clave de la integridad moral, tienen por objeto promover una cultura de cumplimiento y orientar las acciones para promover el compromiso ético de la empresa.

Si alguno de los destinatarios se encuentra en una situación no contemplada específicamente en el presente documento, deberá cumplir los principios subyacentes.

Con el fin de garantizar el cumplimiento de los siguientes principios, doValue y las Sociedades del Grupo se comprometen a cumplir las medidas de gobernanza del presente Código Ético, recogidas en el capítulo 8 en cuanto a:

- aprobación (véase 8.1);
- (véase 8.2);
- aplicación y control (véase 8.3);
- notificar cualquier infracción (denuncia de irregularidades, véase 8.4);
- sistema de sanciones (véase 8.5).

Dichas medidas de gobierno también se regulan específicamente en referencia al Modelo de Organización, Gestión y Control de conformidad con el Decreto Legislativo 231/01 ¹adoptado por las Empresas, por lo que dicha ley es aplicable. El Código es, de hecho, parte integrante

¹ ¹ Decreto Legislativo 231/2001: hace referencia al Decreto Legislativo Italiano sobre la Responsabilidad administrativa por delitos, cuyo equivalente en España es el art. 31 bis del Código Penal, que regula la responsabilidad penal de las personas jurídicas.

del propio Modelo. Este último enumera los principios de conducta y control para prevenir el riesgo de comisión de los delitos previstos en la propia ley (y otros conexos).

Las Sociedades del Grupo en las que no es de aplicación el Decreto Legislativo 231/2001 prevén, no obstante, vínculos adecuados entre el Código adoptado y los sistemas internos de gestión de los riesgos de responsabilidad de la entidad por delitos cometidos por sujetos a ellas vinculados, eventualmente adoptados reglamentariamente.

Los principios establecidos en el Código de Ética se aplican también a las relaciones entre las Empresas del Grupo, entendiendo por tales la Empresa Matriz y las Empresas controladas por ella directa o indirectamente. Dichas relaciones deben ser transparentes y conformes a la normativa aplicable en los ordenamientos jurídicos de referencia y deben ser coherentes con las directrices establecidas por doValue.

1.2 DESTINATARIOS

Los principios y disposiciones del Código deben ser respetados por todas las partes que operan en las Empresas del Grupo; y por todas las externas que, a través de relaciones contractuales, colaboran con las propias Empresas en el desempeño de sus actividades, entendiendo por tales:

- **temas internos:**
 - miembros del Consejo de Administración;
 - miembros de la Junta de Auditores;
 - miembros del Órgano de Vigilancia (OS);
 - Consejero Delegado;
 - Administrador único;
 - Todo tipo de empleados de doValue:
 - ejecutivos;
 - empleados;
 - colaboradores vinculados por un contrato de trabajo de duración determinada;
 - los empleados de otras Empresas eventualmente destinados en Empresas del Grupo;
- **sujetos externos**, dentro de los límites de la relación vigente con la Sociedad, a título meramente enunciativo:
 - trabajadores autónomos o por cuenta propia;
 - proveedores de bienes y servicios, incluidos profesionales y consultores (por ejemplo, abogados externos, consultores técnicos).

Las empresas del Grupo esperan que los sujetos externos cumplan el Código demostrando que lo han examinado e incluyendo una cláusula contractual por la que la parte contratante se comprometa a respetar sus principios.

En lo que respecta específicamente a los socios comerciales, las Empresas del Grupo también comprueban que los principios éticos en los que se basan sus actividades son coherentes con los del presente Código Ético.

Todos los sujetos internos y externos indicados son los "**Destinatarios**" del Código Ético.

Independientemente de las sanciones previstas en virtud de las leyes y reglamentos vigentes, el incumplimiento o la violación por parte del Destinatario de las disposiciones del presente documento se consideran un incumplimiento de los principios ético-conductuales adoptados por doValue y por las Sociedades del Grupo, del deber de corrección para con estas últimas y una violación de cláusulas contractuales específicas, si están previstas. Ese incumplimiento y/o violación será, por lo tanto, sancionado.

2 MISIÓN Y VALORES

2.1 MISIÓN

El objeto social de doValue y de las Sociedades del Grupo es la realización de sus fines institucionales, contribuyendo a la creación y maximización de valor para las partes interesadas², respetando los principios establecidos en este Código.

Crear valor no significa únicamente aumentar la rentabilidad de la empresa para remunerar correctamente a los accionistas. También significa satisfacer las necesidades expresadas por todas las Partes Interesadas, respetando los intereses mutuos.

2.2 VALORES

Todas las relaciones, transacciones, actividades y, en general, la conducta de los Destinatarios que operan en nombre y por cuenta de doValue y de las Sociedades del Grupo se basan en principios de máxima honestidad, corrección, integridad, lealtad, transparencia y sostenibilidad. Siempre respetan plenamente las leyes vigentes, las normativas externas, las normativas internas y otras acciones de autorregulación establecidas por doValue y por las Empresas del Grupo (por ejemplo, Gobernanza, Normativas, Políticas, Procedimientos e Instrucciones).

En el desempeño de su trabajo, cada Destinatario del Código, por las responsabilidades vinculadas a la función desempeñada, debe aportar su máximo nivel profesional para la

² Por "partes interesadas" entendemos aquellos que, directa o indirectamente, entran en contacto con la Empresa, tales como accionistas, empleados, colaboradores, clientes (por ejemplo, Principales), proveedores, pero también Autoridades a las que la Empresa se refiere en sus operaciones.

consecución de los objetivos de la empresa, evitando cualquier decisión y/o conducta, incluso omisiva, que pueda entrar en conflicto de intereses con los objetivos e intereses corporativos.

El Código y sus valores deben ser un punto de referencia a la hora de gestionar las relaciones internas y externas. Evitar cualquier conducta que pueda suponer una vulneración de dichos principios.

Los recursos humanos son un elemento fundamental para la existencia de doValue y las empresas del Grupo, así como para su crecimiento y éxito.

Desarrollar la profesionalidad y las competencias de cada trabajador, sin discriminación alguna, es un valor esencial para doValue y las empresas del Grupo.

La calidad del servicio debe tener un papel principal en las actividades de la empresa. La profesionalidad, la corrección y la lealtad son valores esenciales para alcanzar los objetivos de la empresa.

doValue y las Empresas del Grupo mantienen una competencia leal por considerarla funcional a sus intereses, a los del mercado, a los de sus clientes y a los de las Partes Interesadas en general.

3 PRINCIPIOS GENERALES

3.1 RESPETO DE LAS LEYES Y REGLAMENTOS VIGENTES

Los destinatarios deben cumplir las leyes aplicables en todos los Países en los que doValue y las Sociedades del Grupo operan y/o para los que (por ejemplo, terceros) prestan sus actividades por cuenta y/o en interés de estos últimos.

Los sujetos incluidos en la categoría de Destinatarios y pertenecientes a Sociedades del Grupo (en adelante "Destinatarios internos") también están llamados a conocer y cumplir, en relación con la función desempeñada y el nivel de responsabilidad ejercido, los procedimientos empresariales que les sean de aplicación. Asimismo, los sujetos en cuestión deberán seguir la actualización de la normativa interna de doValue y de las Sociedades del Grupo a través de las herramientas de información puestas a su disposición (Gobernanza, Normativa, Políticas, Procedimientos e Instrucciones); para el correcto desempeño de sus puestos de trabajo y para un comportamiento acorde con las directrices de organización del trabajo de la empresa.

En este punto, los responsables de cada unidad organizativa se comprometen a que todos los Destinatarios bajo su control, que actúen en interés y por cuenta de doValue y de las Empresas del Grupo, se comprometan a respetar estrictamente las leyes y reglamentos aplicables en los países en los que trabajen.

3.2 INTEGRIDAD EN LAS RELACIONES

Todas las relaciones mantenidas en nombre y en interés de doValue y de las empresas del Grupo deben basarse en la buena fe, la honestidad, la integridad moral, la transparencia, la rectitud y la imparcialidad.

El comportamiento correcto implica excluir cualquier forma de alteración de documentos, registros en papel y digitales, datos, información relacionada con cualquier transacción que implique a doValue y a las Empresas del Grupo.

3.3 OBJETIVIDAD Y GESTIÓN DE LOS CONFLICTOS DE INTERESES

Todos los Beneficiarios deben actuar de forma justa e imparcial, evitando situaciones de conflicto de intereses, ya sean efectivas o incluso sólo potenciales.

Por lo tanto, los Destinatarios deben evitar cualquier conflicto de intereses que pueda afectar a su independencia de juicio y elección y ser incompatible con sus funciones.

Además de los establecidos por la ley, los potenciales conflictos de interés también incluyen el caso en que un sujeto opere para satisfacer un interés que no sea el de doValue y/o de las Empresas del Grupo. Estas situaciones efectivas o potenciales de conflicto de intereses también deben gestionarse teniendo en cuenta la normativa interna.

Los destinatarios que se vean obligados a actuar en situaciones de conflicto de intereses, aunque sean meramente potenciales, deberán cumplir estrictamente las leyes que regulan dicho delito. En general, con el principio de transparencia, que implica informar previamente del conflicto, obtener autorización previa para realizarlo y, por último, informar de los términos de la operación en cuestión.

Sin perjuicio del cumplimiento de la normativa interna sobre conflictos de intereses.

3.4 PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES, CONFIDENCIALIDAD EN LA GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN

Los destinatarios deben cumplir la normativa vigente en materia de seguridad y protección de datos personales.

En el tratamiento de datos personales, los Destinatarios internos seguirán las instrucciones dictadas por cada Sociedad sobre las tareas y responsabilidades asignadas a cada puesto en función del modelo organizativo de protección de datos del Grupo y aplicarán los controles técnicos y organizativos establecidos en los procedimientos internos.

Asimismo, los Destinatarios Internos deberán garantizar que la información adquirida durante el desempeño de sus puestos de trabajo se utiliza exclusivamente para el desempeño de los mismos, respetando íntegramente las políticas de protección de datos y de seguridad que el

Grupo haya adoptado de acuerdo con la normativa vigente en materia de protección de datos de carácter personal.

Del mismo modo, cuando los datos personales sean tratados por terceros (por ejemplo, proveedores) para una Empresa del Grupo, éstos deberán atenerse a las instrucciones reguladas habitualmente en acuerdos específicos de protección de datos. En ese caso, cada Sociedad sólo recurrirá a encargados del tratamiento que garanticen que utilizan medidas técnicas y organizativas adecuadas para el tratamiento de datos.

Además, si la información adquirida también es sensible y puede considerarse información privilegiada de conformidad con la normativa vigente, consulte las disposiciones específicas establecidas en el apartado 5.5 de este documento. 5.5 del presente documento.

3.5 DEFENSA DE LA COMPETENCIA

Los beneficiarios deben realizar su trabajo respetando la legislación y la normativa vigentes en materia de defensa de la competencia.

Se considera inaceptable cometer cualquier acto para intimidar (por ejemplo, violencia o amenaza) a los competidores de la Empresas del Grupo.

3.6 PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

doValue y las Empresas del Grupo reconocen la importancia de la propiedad intelectual en todas sus formas, ya se trate de derechos de autor, marcas, patentes u otros activos inmateriales. En concreto, las obras originales protegidas por derechos de autor, ya pertenezcan al Grupo o a terceros (incluidos los programas informáticos utilizados por cada Empresa), no podrán reproducirse sin la autorización necesaria.

La Empresa tampoco permite que los Destinatarios utilicen o alteren, de cualquier forma y/o manera y para cualquier fin, obras originales y/o material protegido por derechos de autor y/o conexos, y por cualesquiera derechos intelectuales y/o industriales, sin el consentimiento de los titulares de los derechos y/o de quienes ostenten la titularidad de los derechos legítimos.

4 GESTIÓN DE LAS RELACIONES EXTERIORES

El Código define y explica los valores y principios que regulan la actividad y las relaciones con todos los sujetos con los que el Grupo se relaciona para la consecución de su objeto social.

4.1 RELACIONES CON LOS CLIENTES

4.1.1 Definición y gestión de las relaciones contractuales con los clientes

La plena satisfacción de las necesidades de los clientes (independientemente de que éstos sean públicos o privados) es una prioridad para doValue y las empresas del Grupo, con el fin de crear una relación sólida inspirada en la honradez, la cortesía, la transparencia y la colaboración.

Para ello, doValue y las Empresas del Grupo establecen relaciones con los clientes de conformidad con las Leyes y reglamentos externos aplicables, para protegerse a sí mismos y a sus clientes, así como con los reglamentos internos de la empresa.

Los sujetos que gestionan las relaciones con los clientes deben asegurarse de que se cumplen todas las normas de corrección, integridad, adecuación y transparencia en la prestación de servicios.

En concreto, los Destinatarios deberán cumplir todos los procedimientos internos establecidos por la Empresa que se apliquen con los clientes para prestar los servicios ofrecidos.

doValue y las Sociedades del Grupo se comprometen a facilitar toda la información necesaria para que el cliente sea plenamente consciente de las características y riesgos vinculados a los servicios ofrecidos (servicios de cobro de créditos, due diligence de carteras, tasación inmobiliaria, etc.), así como de los derechos y obligaciones que contrae al formalizar los contratos suscritos, evitando cualquier actuación engañosa y/o indebida.

doValue y las Empresas del Grupo adoptan proyectos e iniciativas para supervisar y reforzar los servicios prestados a los clientes con el fin de mejorar la relación; supervisan el nivel de satisfacción de los clientes mediante encuestas específicas; prestan la máxima atención a la gestión de las reclamaciones e informes recibidos de los clientes.

En las relaciones con los clientes, los destinatarios no están autorizados:

- ofrecer a miembros de empresas clientes oportunidades comerciales o de cualquier otra naturaleza que puedan, incluso potencialmente, darles una ventaja indebida, con el fin de obtener un favor para la Empresa;
- presentar documentos y datos incompletos y/o comunicar datos falsos o alterados a los clientes;
- emitir o expedir facturas u otros documentos de relevancia fiscal a clientes con el fin de permitir a terceros evadir impuestos sobre la renta o sobre el valor añadido;
- comportarse de forma engañosa que pueda inducir, incluso potencialmente, a los clientes a cometer errores en su valoración técnico-económica de los productos y servicios ofrecidos; en todo caso utilizar prácticas elusivas para forzar el juicio o la conducta del cliente.

4.1.2 Gestión de valores

Los destinatarios cuyo trabajo implique la gestión de valores por cuenta de una empresa del Grupo deberán prestar especial atención a la comprobación de su autenticidad y al cumplimiento de las conductas establecidas en la normativa interna.

Más concretamente, los sujetos mencionados deben controlar los valores recibidos relacionados con las negociaciones con los clientes y presentar, en caso necesario, informes al Jefe de la Unidad Organizativa y a las Autoridades competentes.

4.1.3 Cumplimiento de la legislación contra el blanqueo de capitales y el terrorismo

Teniendo en cuenta la información disponible en el momento de establecer la relación y la que se obtiene posteriormente al gestionarla, cada empresa del Grupo evitará mantener relaciones con partes implicadas en actividades ilegales y que no reúnan los requisitos de fiabilidad establecidos.

Los destinatarios están obligados a desempeñar su trabajo con las contrapartes de las Empresas del Grupo, en pleno cumplimiento de las leyes vigentes emitidas por las Autoridades y los procedimientos internos, para contrarrestar el blanqueo de capitales y la financiación del terrorismo;

no está permitido realizar transacciones para contrapartes de la empresa si existe la certeza o incluso la mera sospecha de que los fondos utilizados puedan proceder de actividades ilegales o delictivas; o de que la contraparte esté operando con fines de blanqueo de capitales y/o para llevar a cabo actos de terrorismo.

En caso de imposibilidad de no realizar la operación considerada sospechosa, los Destinatarios internos deberán seguir los procedimientos internos de la Empresa.

Cuando participen de diversas formas en la gestión de las relaciones con las contrapartes, los Destinatarios deberán:

- comprobar previamente la información disponible en las contrapartes de las empresas del Grupo;
- asegurarse de que utilizan siempre los procedimientos establecidos para comprobar el origen del dinero utilizado por las contrapartes para realizar las transacciones;
- evitar participar en transacciones en las que podrían estar ayudando a blanquear dinero procedente de actividades ilegales y delictivas.

4.2 RELACIONES CON LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

4.2.1 Principios generales

Las relaciones con la Administración Pública, con los Entes Públicos y con los Funcionarios o Agentes de los Servicios Públicos, italianos o de otros Países, deben llevarse a cabo con la máxima transparencia y corrección, respetando las funciones y los niveles de responsabilidad atribuidos en cada Sociedad del Grupo. Dichas relaciones deben ser llevadas a cabo únicamente por sujetos designados para ello, en razón de sus respectivas funciones y de acuerdo con los procedimientos.

Los Receptores Internos también deben operar garantizando mecanismos adecuados de seguimiento de los flujos de comunicación oficial e información documental a la Administración Pública.

Los Responsables de cada Unidad Organizativa que tenga contacto habitual con la Administración Pública no sólo deben comportarse adecuadamente con ella, sino que deben proporcionar a sus colaboradores instrucciones claras e inequívocas sobre la conducta a adoptar en los contactos formales e informales con los distintos funcionarios públicos, teniendo en cuenta las características específicas de su ámbito de actuación, facilitando la comprensión de las normas y el conocimiento de las situaciones de riesgo.

En caso de que en las relaciones con la Administración Pública intervenga un consultor o terceros, se aplicarán las mismas instrucciones válidas para los sujetos internos de las empresas del Grupo. Además, en las relaciones con la Administración Pública, el comportamiento esperado no admite la opción de ser representado por un consultor o un "tercero" cuando ello pueda crear un conflicto de intereses.

En las relaciones con la Administración Pública y con las Entidades Públicas no está permitido solicitar o inducir tratos de favor u omitir la información debida para influir indebidamente en la decisión de celebrar acuerdos, contratos o convenios con la Empresa.

4.2.2 Gestión de las solicitudes de autorizaciones, licencias y concesiones

En la gestión de las solicitudes de autorizaciones, licencias y concesiones de la Administración Pública, todos los Destinatarios implicados deben comportarse de buena fe y respetando las leyes y reglamentos vigentes, realizando también un seguimiento adecuado de los flujos de información oficial implicados.

4.2.3 Gestión de litigios y acuerdos transaccionales

En la gestión de litigios y acuerdos transaccionales, todos los sujetos implicados deben cumplir la legislación vigente y los procedimientos de la empresa.

Todos los sujetos implicados en el proceso que sean responsables de firmar escrituras y documentos deben estar específicamente designados para ello.

Durante los juicios civiles, penales y administrativos, tampoco está permitido realizar (directa o indirectamente) ninguna acción que pueda favorecer o perjudicar a una de las partes implicadas.

4.2.4 Estipulación y gestión de las relaciones contractuales

En cada negociación o relación contractual llevada a cabo/estipulada con la Administración Pública, todos los Destinatarios implicados deben comportarse de buena fe y respetando las leyes y normativas vigentes, haciendo también un seguimiento adecuado de los flujos de información oficial implicados.

4.2.5 Gestión de subvenciones, préstamos y financiación pública

Cuando se soliciten aportaciones, subvenciones o préstamos a la Administración Pública, al Estado o a un organismo de la Unión Europea, todos los sujetos implicados en dichos procedimientos deben comportarse de forma correcta, transparente y clara, cumpliendo estrictamente los procedimientos establecidos por la normativa aplicable; utilizando y presentando declaraciones completas y documentos relevantes para las actividades para las que dichos beneficios pueden ser legítimamente obtenidos.

No es admisible la utilización de aportaciones, subvenciones, préstamos destinados a la Sociedad a través de la Administración Pública para fines distintos para los que fueron concedidos.

4.3 RELACIONES CON LAS AUTORIDADES DE SUPERVISIÓN Y OTRAS INSTITUCIONES CON COMPETENCIAS DE AUDITORÍA Y CONTROL

La gestión de las relaciones con las Autoridades de Supervisión y otras instituciones con competencias de auditoría y control debe ser ética, voluntariosa, transparente, profesional y correcta; para no comprometer la integridad y reputación de las Empresas del Grupo. No es aceptable obstaculizar en modo alguno sus actividades de auditoría y supervisión.

Los sujetos que reciban solicitudes de ventajas indebidas o sufran cualquier tipo de intimidación o acoso por parte de la Autoridad de Supervisión o de las demás instituciones con competencias de auditoría y control deberán comunicarlo inmediatamente.

Todos los implicados en la gestión de las comunicaciones con las Autoridades y las demás instituciones de auditoría y control, y en el proceso de gestión de las propias auditorías, deben cumplir las leyes en la materia, los reglamentos internos y otras herramientas de gobernanza. Asimismo, deben comportarse con transparencia, corrección y colaboración, facilitando la información solicitada de forma clara, completa y objetiva.

En concreto, quienes reciban solicitudes de información o documentos deberán comportarse legal y correctamente, garantizando la máxima disponibilidad y colaboración, y deberán preparar y enviar con prontitud las comunicaciones periódicas necesarias a las Autoridades de Supervisión y a las demás instituciones con facultades de auditoría y control.

En cualquier caso, los Destinatarios deberán abstenerse de realizar/colaborar/causar cualquier conducta que pueda constituir un tipo de delito considerado relevante por la Sociedad matriz en virtud del Decreto Legislativo 231/01, tal y como se presenta en el relativo Modelo 231.

4.4 RELACIONES CON PROVEEDORES, COLABORADORES EXTERNOS, SOCIOS COMERCIALES Y OTROS PROVEEDORES DE BIENES Y SERVICIOS

En la elección de proveedores para la asignación y ejecución de trabajos, suministros y servicios, encargos de consultoría profesional, doValue y las Empresas del Grupo se comportarán de forma correcta y transparente, evitando y rechazando cualquier planteamiento diferente que pueda resultar discriminatorio para algunos.

Al evaluar el establecimiento de una relación, no sólo tendrán en cuenta la fiabilidad técnica, económica y de capital, sino también criterios de selección que, a través de la información disponible, garanticen la corrección, imparcialidad, calidad, independencia de criterio y ética de los servicios. Se evitarán las relaciones con sujetos que no respondan a los valores de referencia del Grupo.

En concreto, se evitarán las relaciones con sujetos que, sobre la base de la información disponible y/o poseída, estén implicados en actividades ilegales (esto incluye utilizar y colaborar con ciudadanos de terceros países que se encuentren en el país de forma irregular; actividades que favorezcan el blanqueo de dinero procedente de actividades ilegales o delictivas).

Se solicitará a los principales proveedores que ofrezcan garantías de sus medios, incluso financieros, unidades organizativas, conocimientos técnicos, sistemas de calidad que deben poder satisfacer sus necesidades.

Este Código debe estar disponible para que cada proveedor/consultor conozca su contenido. A tal efecto, el Código se publica en el sitio web institucional de la Empresa.

Durante esas actividades, las relaciones con los proveedores u otros terceros deben ser siempre transparentes, justas en el trato y respetuosas de la confidencialidad comercial con los proveedores.

En ningún caso podrán establecerse relaciones con personas o entidades que no tengan intención de cumplir dichos principios o que no ofrezcan garantías adecuadas de que reúnen los requisitos mencionados.

Tampoco está permitido acordar ventajas de ningún tipo -directa o indirectamente- a los altos cargos u otras personas que desempeñen funciones directivas en empresas privadas, para favorecer indebidamente los intereses de doValue y de las Empresas del Grupo.

4.5 GESTIÓN DE LAS RELACIONES CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EL MERCADO

Las relaciones con la prensa y, más en general, con los medios de comunicación e información de gran difusión, deben gestionarse aplicando íntegramente los principios de transparencia, exactitud, exhaustividad y rapidez.

La comunicación y divulgación de noticias relacionadas con doValue y con las empresas del Grupo sólo debe ser realizada por personas autorizadas para ello, que respetarán la legislación vigente y los procedimientos de la empresa.

4.6 GESTIÓN DE REGALOS Y GASTOS DE REPRESENTACIÓN

En las relaciones comerciales ordinarias, los obsequios sólo se ofrecerán para promocionar la imagen de las Empresas del Grupo y en ningún caso podrán interpretarse como una extralimitación de las prácticas comerciales o de cortesía habituales o como un medio utilizado para obtener un trato de favor en la realización de cualquier trámite y/o actividad que pueda relacionarse con las Empresas del Grupo.

Los regalos sólo pueden ofrecerse o aceptarse si son de un valor modesto, constituyen una costumbre en las relaciones comerciales y no están relacionados con peticiones de ningún tipo que comprometan la independencia de criterio y la corrección operativa.

En el desarrollo normal de las relaciones comerciales, el ofrecimiento de regalos o el pago de gastos de representación eventualmente soportados por las Empresas del Grupo durante las relaciones comerciales, siempre para promover la imagen (por ejemplo, gastos de comidas de negocios, formas de recepción y hospitalidad) no podrán exceder en ningún caso las prácticas comerciales o de cortesía normales, ni podrán utilizarse para obtener un trato de favor para las Empresas del Grupo.

4.7 GESTIÓN DE DONACIONES, OBRAS BENÉFICAS, PATROCINIOS Y COLABORACIONES

Todos los patrocinios deben promocionar el nombre del Grupo o de cada empresa del Grupo y sus productos y servicios. En ningún caso se podrán utilizar los patrocinios para obtener una ventaja ilegal.

doValue y las Empresas del Grupo podrán adherirse a solicitudes de aportaciones únicamente de entidades y asociaciones declaradas sin ánimo de lucro y con estatutos y escrituras de constitución regulares, con un alto valor cultural o benéfico.

Los patrocinios, las contribuciones a obras benéficas y las donaciones sólo pueden realizarse de conformidad con las leyes y reglamentos locales, también relacionados con marcos normativos específicos (por ejemplo, el "Código del Patrimonio Cultural y del Paisaje") No pueden realizarse si pueden comprometer la integridad y la reputación de las Empresas del Grupo.

Los patrocinios y colaboraciones se limitarán a aquellos eventos que garanticen calidad, originalidad y eficacia. En cualquier caso, a la hora de elegir las promociones a las que adherirse, las Empresas del Grupo deberán prestar especial atención a cualquier posible conflicto de intereses personal o empresarial.

Todos los pagos efectuados en concepto de patrocinios, colaboraciones, donaciones y obras benéficas deben registrarse y reconocerse contablemente de forma clara, veraz, precisa e íntegra, y deben ser indicados en los libros y en la contabilidad por las correspondientes funciones competentes.

5 GESTIÓN DE LAS OBLIGACIONES DE LA EMPRESA E INFORMACIÓN PRIVILEGIADA

5.1 GESTIÓN DE LA CONTABILIDAD, LA FISCALIDAD Y LOS CONTROLES INTERNOS

En la realización de actividades empresariales y auditorías, todos los Destinatarios implicados están obligados a colaborar para garantizar el cumplimiento de la legislación vigente y los procedimientos internos, así como la gestión correcta y precisa de los datos contables y financieros.

Todos los Destinatarios internos que también sean responsables de funciones administrativas/contables deben asegurarse de que cada operación y transacción sea legítima, coherente, conforme, autorizada y verificable, utilizando los procedimientos adoptados a tal efecto.

También se considera un comportamiento inaceptable ocultar o destruir, total o incluso parcialmente, asientos contables o documentos que deban conservarse; y comportarse de cualquier otra forma que no pueda permitir la reconstrucción transparente de los elementos del activo y del pasivo a efectos fiscales.

Todos los Destinatarios llevarán a cabo sus actividades de conformidad con la normativa fiscal aplicable y vigente en cada momento, y con las instrucciones facilitadas por las Autoridades fiscales competentes.

Todos los Destinatarios implicados en la preparación de las obligaciones fiscales/tributarias, incluido el cumplimiento correcto y puntual de las obligaciones fiscales directas (por ejemplo, el Impuesto sobre la Renta de las Sociedades) e indirectas (por ejemplo, el Impuesto sobre el Valor Añadido), deben:

- indicar en las declaraciones del impuesto sobre la renta o del impuesto sobre el valor añadido partidas del activo y del pasivo veraces, transparentes y coherentes con los hechos reales de la empresa; permitir a la Administración Financiera reconstruir correctamente los ingresos y volúmenes de negocio de la empresa;
- Presentar, estando obligado a ello, las declaraciones del impuesto sobre la renta o del impuesto al valor agregado, y la del impuesto sustitutivo, cumpliendo con las disposiciones y tiempos establecidos por las leyes vigentes en la materia;
- pagar las sumas adeudadas en concepto de impuestos, utilizando únicamente la compensación de los créditos adeudados o efectivos.

5.2 GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA

Todos los destinatarios que participen en la preparación de estados financieros, informes, declaraciones y otras comunicaciones corporativas destinadas a los accionistas, al público, a los acreedores o al mercado relacionadas con instrumentos financieros deben comportarse correctamente. Garantizando la exhaustividad, transparencia y claridad de la información facilitada, así como la exactitud de los datos y de su tratamiento; aplicando estrictamente los principios establecidos por la normativa local para la elaboración de dichos documentos (por ejemplo, en Italia por el Código Civil) y por cualquier ley especial que regule dicha actividad.

Además, los destinatarios autorizados deben recibir rápidamente la información necesaria para facilitar los controles, las auditorías y las revisiones que deban efectuarse, tanto por parte de los destinatarios designados para realizar el trabajo como por parte de los organismos externos competentes.

5.3 GESTIÓN DE LAS RELACIONES CON LOS ACCIONISTAS Y OTROS ÓRGANOS SOCIALES

Las relaciones con los Accionistas y Órganos de control de cada Sociedad (por ejemplo, Junta de Auditores, Órgano de Vigilancia de conformidad con el Decreto Legislativo 231/2001, etc.) y con la empresa auditora independiente se establecen y mantienen inspiradas en los principios y disposiciones contenidos en el presente Código Ético.

A tal efecto, todas las obligaciones y solicitudes de documentos deben satisfacerse garantizando que la información facilitada sea rápida, fiel, veraz, completa, exhaustiva y exacta.

Los mismos criterios se aplican a las relaciones con las demás estructuras, por ejemplo, las Sociedades de Calificación.

5.4 CONFIDENCIALIDAD

En el ejercicio de sus actividades, los empleados y administradores tienen conocimiento de información confidencial o reservada relativa a la Sociedad Matriz y a las Sociedades del Grupo, sus productos/servicios, proveedores, empleados u otros terceros. Los empleados, administradores y auditores están obligados a mantener estrictamente confidencial la información que se les transmita, salvo cuando la divulgación de dicha información esté autorizada o sea exigida por la ley.

5.5 GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN PRIVILEGIADA Y ABUSO DEL MERCADO

Todos los Destinatarios se comprometen a proteger y mantener la confidencialidad de la información relevante y privilegiada³ de la que tengan conocimiento por razón de sus funciones (la denominada "Información Privilegiada Primaria") o por razones distintas siendo conscientes de la confidencialidad de la información (la denominada "Información Privilegiada Secundaria"), para evitar su uso indebido y no autorizado. Garantizar el cumplimiento íntegro y puntual de las medidas de seguridad y protección establecidas por la política del Grupo para la gestión interna y comunicación externa de la información privilegiada y para la llevanza de registros.

Para ello, doValue implementa medidas físicas y lógicas para gestionar y proteger la información relevante y privilegiada en todo el Grupo, garantizando únicamente el acceso a las partes autorizadas. Para salvaguardar su confidencialidad, integridad y procedimientos de almacenamiento, cumpliendo también con la normativa vigente en la materia, y evitando que la divulgación de documentos e información pueda producirse de forma selectiva (y, por tanto, darse a conocer antes de tiempo a determinadas partes como inversores, periodistas o analistas) o de forma inoportuna, incompleta o inadecuada o pueda provocar asimetría informativa.

doValue emite las instrucciones necesarias para que las filiales faciliten puntualmente todas las noticias necesarias para cumplir las obligaciones legales de comunicación.

6 GESTIÓN Y PROTECCIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS, LOS ACTIVOS DE LA EMPRESA Y EL MEDIO AMBIENTE

³ De conformidad con la disposición combinada de conformidad con el artículo 180 del TUF (Ley de Consolidación Financiera) y el artículo 7 del MAR (Reglamento de Abuso de Mercado), la **Información Privilegiada** es la información de un tipo específico que no se ha hecho pública, relativa, directa o indirectamente, a la Sociedad (por lo tanto, también relativa a las Filiales siempre que dicha información sea relevante para la Sociedad) o a uno o más Instrumentos Financieros, y que, de hacerse pública, podría tener un efecto significativo en los precios de dichos Instrumentos Financieros o en los precios de los Derivados relacionados.

Se considera **relevante** aquella información específica que normalmente se encuadra dentro de los "Tipos de Información Relevante" y que, a juicio de la Sociedad, es efectivamente relevante por reunir todas las características para convertirse razonablemente, en un segundo momento, incluso cercano, en información privilegiada.

6.1 SELECCIÓN Y GESTIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS

En su búsqueda y selección de personal, cada Empresa del Grupo adoptará criterios de objetividad, competencia y profesionalidad, aplicando el principio de igualdad de oportunidades sin nepotismo. Para garantizarse las mejores competencias disponibles en el mercado laboral y el cumplimiento de la normativa vigente.

En el proceso de selección y contratación de personal, las Empresas del Grupo también se comprometen a emplear personal con permiso de estancia regular, si no procede de la comunidad europea, durante toda la duración del empleo.

Cada Empresa del Grupo protege la integridad moral y física de sus personas, garantizando condiciones de trabajo que respeten la dignidad personal y entornos de trabajo seguros y saludables; promoviendo el desarrollo de sus recursos para mejorar y aumentar su capital social, y desarrollar la profesionalidad y las competencias que ya posee. No es aceptable ninguna actividad que pueda implicar la explotación o el sometimiento de cualquier persona, cualquier forma de trabajo infantil y el sometimiento de los trabajadores a condiciones de trabajo degradantes y a vigilancia.

6.2 PROTECCIÓN CONTRA EL ACOSO Y LA DISCRIMINACIÓN

Para el Grupo, el respeto por la individualidad y la dignidad de cada persona es la base para fomentar un entorno de trabajo estimulante e integrador. No se tolerará ningún comportamiento que, en cualquier forma o contexto, pueda identificarse como acoso, abuso físico o psicológico, ofensa sexual o personal. El Grupo se compromete a prevenir el abuso, el acoso y la discriminación, así como a contrarrestar cualquier comportamiento, ya sea físico, verbal o no verbal, que ofenda, menoscabe o dañe la dignidad humana y la profesionalidad de sus empleados, al tiempo que garantiza, en caso necesario, la asistencia y el apoyo adecuados, respetando el principio de confidencialidad.

6.3 PROTECCIÓN DE LA SALUD Y LA SEGURIDAD EN EL LUGAR DE TRABAJO

Promover y mantener un entorno de trabajo saludable y seguro para los empleados, en cumplimiento de las directivas nacionales e internacionales, es de especial importancia para el Grupo.

doValue y las Empresas del Grupo evaluarán los riesgos para la salud y la seguridad en el trabajo y establecerán las medidas de gestión correspondientes. Para ello, evaluarán también el riesgo biológico específico de contagio, en cumplimiento de lo establecido en las medidas nacionales y locales dictadas por las instituciones competentes.

Las partes encargadas de hacerlo deben garantizar condiciones de trabajo seguras y saludables, respetando la dignidad personal, y lugares de trabajo seguros y saludables, de conformidad con la normativa aplicable y la tecnología existente.

Además, todos los Destinatarios deben cumplir la normativa vigente en materia de prevención de accidentes (leyes, reglamentos, órdenes y disciplina) y abstenerse de comportarse de forma descuidada o negligente, de manera que pueda dañar su estado físico y mental y el de los demás o que incluso pueda correr el riesgo de que se produzcan dichos daños. Asimismo, cada Destinatario deberá cuidar de su salud y seguridad y de la de las demás personas presentes en el lugar de trabajo, que pudieran verse afectadas por sus acciones u omisiones.

6.4 GESTIÓN Y PROTECCIÓN DE LOS ACTIVOS DE LA EMPRESA

Los destinatarios son responsables de proteger los activos de la empresa, así como las claves o códigos de acceso que se les asignen. Están llamados a garantizar su integridad y correcto funcionamiento, evitando cualquier conducta que no se ajuste a los procedimientos de la empresa. Además, los recursos de la red deben utilizarse correctamente, de acuerdo con los procedimientos internos de la empresa y respetando las medidas de seguridad adoptadas por el Grupo.

Estos recursos no deben cederse en ningún caso a terceros no autorizados. Deben respetarse las normas establecidas para mantener al mínimo el riesgo de destrucción o pérdida, incluso accidental, de datos electrónicos. Así como las de acceso no autorizado o tratamiento no consentido por la ley o el reglamento interno.

La gestión y el uso de los activos de la empresa y/o de terceros deben respetar plenamente las leyes y reglamentos vigentes en materia de derechos de autor, basando las relaciones con los autores, los titulares de derechos y los competidores en la legalidad, la transparencia y la corrección.

En concreto, los destinatarios no pueden:

- obtener, poseer, importar, difundir, copiar, comunicar, entregar ilegalmente o proporcionar a otros de cualquier forma, instalar bienes o instrumentos o parte de ellos, códigos, palabras clave o cualquier otro medio que permita a usuarios no autorizados acceder al sistema de información del Grupo protegido por medidas de seguridad;
- Actuar con el fin de dañar los sistemas informáticos o telemáticos ajenos o la información, datos, programas contenidos o vinculados a los mismos, así como interceptar, impedir o interrumpir las comunicaciones relacionadas con los sistemas informáticos o telemáticos o que existan entre múltiples sistemas y también, difundir, importar, comunicar, producir equipos, programas, códigos o palabras clave o cualquier otro medio relacionado con los mismos.

Los receptores que accedan, utilicen o gestionen instrumentos de pago sin efectivo en el desarrollo de sus propias actividades deben utilizar o manejar dichos instrumentos de conformidad con la normativa interna y externa del Grupo, absteniéndose de cualquier comportamiento que pudiera implicar, directa o indirectamente, un uso ilegal de los mismos, como flujos financieros indebidos o no autorizados.

6.5 PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE

Los beneficiarios deben cumplir íntegra y esencialmente las leyes y reglamentos medioambientales.

En este sentido, deberán evaluar cuidadosamente las consecuencias medioambientales de cada elección que hagan durante su actividad laboral; tanto en relación con el consumo de recursos y la generación de emisiones o residuos vinculados directamente a sus puestos de trabajo (impacto directo), como con las actividades y conductas que no controlan directamente, llevadas a cabo por terceros con los que se relacionan: clientes y proveedores (impacto indirecto).

6.6 PROTECCIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL

Los beneficiarios deben cumplir íntegra y esencialmente las leyes y reglamentos (Código del Patrimonio Cultural y del Paisaje y otros marcos aplicables).

Con el fin de garantizar la aplicación plena y eficaz de los principios y requisitos aplicables, confirmando nuestro cuidado y atención a la valorización del patrimonio artístico, el Grupo ha designado responsables para cumplir las obligaciones previstas por la legislación aplicable y también para supervisar la correcta ejecución de las actividades.

7 PREVENCIÓN DE LA CORRUPCIÓN

doValue y las Empresas del Grupo no permiten ninguna forma de corrupción y se comprometen a garantizar el cumplimiento de los requisitos previstos por la Ley aplicable.

Para aplicar los principios éticos, legales y de transparencia y prevenir cualquier forma de corrupción activa o pasiva, el Grupo ha implantado un sistema de gestión para la prevención de la corrupción y ha formalizado en la normativa interna los principios generales, las funciones y responsabilidades de los implicados, así como los macroprocesos para la gestión del riesgo de corrupción.

En concreto, los destinatarios no pueden:

- ofrecer, prometer, dar, pagar, autorizar a cualquiera a dar o pagar, tanto directa como indirectamente, cualquier ventaja económica u otra utilidad tanto a un Funcionario Público como a un particular;

- aceptar solicitudes e instigaciones o autorizar a alguien a aceptar o instigar, tanto directa como indirectamente, cualquier ventaja económica u otra utilidad de cualquier persona.

8 GOBERNANZA DEL CÓDIGO ÉTICO

8.1 APROBACIÓN

El presente Código Ético ha sido aprobado por resolución del Consejo de Administración de doValue.

Las disposiciones de este Código son aplicadas por todas las Empresas del Grupo mediante resolución adoptada por los respectivos Consejos de Administración o por otros Órganos/Sujetos que tengan atribuidas las competencias necesarias.

El procedimiento de aplicación del Código por las Sociedades del Grupo debe prever, antes de ser aprobado por éstas, controles sobre la necesidad de aplicar eventuales ajustes en función de sus necesidades operativas o del contexto reglamentario local y en coherencia con su autonomía de gestión.

El anterior procedimiento de primera aprobación debe seguirse también para cualquier actualización, eventualmente estimulada por el Organismo/Función al que se haya asignado el control de conformidad con los párrafos siguientes.

A título meramente ilustrativo, las variables de actualización del Código consideran los cambios ocurridos en la estructura societaria, organizativa y operativa de la Empresa y/o en el contexto de referencia, así como los casos en que se constate que los principios no son eficaces para los valores perseguidos.

8.2 DISTRIBUCIÓN Y FORMACIÓN

Cada Empresa se compromete a garantizar la máxima difusión del Código Ético, tanto interna como externamente. Con el fin de desarrollar la conciencia del valor de la ética y de la necesidad de comportarse de acuerdo con el propio Código.

Cada persona de la empresa es informada de las disposiciones de este Código, a través de:

- comunicación específica cuando comienza la relación;
- una comunicación interna emitida en el momento de su primera aprobación y, posteriormente, cuando se actualice;
- publicación del documento en la intranet de la empresa.

El Código Ético se difunde a todos los sujetos externos a través de la publicación en la página web institucional de la Empresa.

Cada Sociedad del Grupo debe promover e implantar un programa adecuado de formación y sensibilización continua sobre los contenidos del Código para los sujetos internos, y sobre el sistema de controles y procedimientos internos que permitan su implantación.

8.3 APLICACIÓN Y CONTROL

En general, cada empresa del Grupo aplica las disposiciones del presente Código Ético a través de las medidas de gobierno establecidas en este capítulo 7.

Los principios establecidos en el Código se aplican al quedar recogidos en los procesos y procedimientos de la empresa, formalizados en su cuerpo normativo interno.

El control de la aplicación efectiva de los principios del Código se asigna a cada una de las empresas del Grupo, sin perjuicio de la facultad de la empresa matriz de cerciorarse de la aplicación efectiva del Código como medio de difusión de los principios éticos compartidos en el Grupo.

Dichas tareas son desempeñadas por Órganos de Supervisión de conformidad con el Decreto Legislativo 231/2001, en su caso, o por otros Órganos o Funciones locales designados específicamente para comprobar la aplicación del presente Código.

Dichos Órganos/Funciones cuentan con los requisitos necesarios para realizar controles eficaces, autónomos e independientes y tienen acceso a la información y colaboración necesarias para llevar a cabo la tarea.

Cualquier conducta no cooperativa del Destinatario a estos efectos puede considerarse una infracción del Código.

8.4 NOTIFICACIÓN DE POSIBLES INFRACCIONES

Quien tenga conocimiento de incumplimientos o situaciones incluso potencialmente no conformes con los principios expresados en el Código Ético (y/o con el sistema de procedimientos y controles internos que permiten su aplicación) deberá notificarlo sin demora al Órgano de Vigilancia, de conformidad con el Decreto Legislativo 231/2001, de la Sociedad, cuando proceda, o al Órgano o Función local que tenga atribuidas las tareas de control indicadas en el párrafo anterior.

Los informes pueden enviarse de las siguientes maneras:

anónimamente, por **correo en papel**, a la siguiente dirección:

doValue Spain Servicing S.A.U.

- *Avda. de Manoteras 14-16, 28050, Madrid.*; por **correo electrónico**, a la siguiente dirección: etica@dovalue.es

- a través del canal anónimo de comunicaciones Whistlelink <https://dovalue.whistlelink.com/>

Las denuncias se gestionarán de acuerdo con los procedimientos de denuncia de irregularidades adoptados por cada empresa del Grupo.

Se prohíbe cualquier forma de represalia contra los denunciantes.

8.5 SISTEMA DE SANCIONES

El cumplimiento de los principios y disposiciones del presente Código constituye una parte esencial de las obligaciones contractuales de todos los Destinatarios. Cualquier incumplimiento constituye una violación de las relaciones entre los propios Destinatarios y la Empresa.

En concreto, cuando se constate un incumplimiento del presente Código Deontológico, por:

- temas internos, pueden sufrir las sanciones previstas en el Régimen Disciplinario de la Empresa, proporcionales a la infracción específica;
- sujetos externos: pueden sufrir las medidas establecidas para los casos de incumplimiento de las obligaciones contractuales estipuladas con la Empresa, con todas las consecuencias legales y en términos de indemnización por los daños y perjuicios causados a esta última.