



CÓDIGO ÉTICO

FICHA DE CONTROL DEL DOCUMENTO

IDENTIFICACIÓN

TÍTULO DEL DOCUMENTO	<i>Modelo de Prevención de Delitos: "Código Ético"</i>
-----------------------------	--

REVISIONES

VERSIÓN	FECHA EMISIÓN	CAMBIOS APORTADOS
Versión 1	18/12/2024	Primer borrador del documento

ÍNDICE

1. Quiénes somos y qué hacemos	4
2. Qué es el Código Ético	4
3. Destinatarios	5
4. Ámbito territorial	5
5. Nuestros valores	6
6. Normas de relación	7
6.1 Gestión de información confidencial y protección de datos	7
6.2 Seguridad de la información	8
6.3 Prevención y gestión de los conflictos de interés	8
6.4 Competencia, libre competencia y prohibición de la corrupción	8
6.5 Protección de los derechos de autor y de la propiedad industrial	9
7. Normas de relación con el personal	10
7.1 Los Principios que cumplen nuestros RRHH	10
7.1.1 No discriminación y respeto de la diversidad	10
7.1.2 Formalización de la relación laboral y la remuneración	10
7.1.3 Formación y compromiso	11
7.1.4 Conciliación de la vida laboral y familiar	11
7.1.5 Salud y seguridad en el trabajo	11
7.2 Lo que pedimos a nuestros empleados y colaboradores	11
7.2.1 Ownership y colaboración	11
7.2.2 Cumplimiento de las políticas internas de seguridad de la información	12
7.2.3 Prohibición de competencia y publicidad negativa	12
8. Normas de relación con los proveedores	13
8.1 Selección de proveedores	13
8.2 Relación contractual con los proveedores	14
9. Normas de relación con los clientes	14
10. Normas de relación con los usuarios	15
11. Normas para las relaciones con la Administración Pública	15
12. Formas de aplicar el Código Ético: control y sanciones	16
12.1 El Organismo de Prevención y Control	16
12.2 Obligaciones de información.	16
12.3 Sanciones disciplinarias y recursos contractuales	17
13. Difusión del Código Ético	17
14. Modificaciones y actualizaciones del Código Ético	18

1. Quiénes somos y qué hacemos

La compañía SHOPFULLY MARKETING, S.L.U. (en adelante “SHOPFULLY MARKETING” o la “Empresa”) fue constituida el 20 de enero de 2011 ante el Notario de Barcelona Don Jose Rivas Guardo, bajo el número 98 de su protocolo.

Debemos señalar, que, en abril de 2022, la compañía SHOPFULLY, S.P.A. (en adelante “SHOPFULLY” adquirió el 100% de SHOPFULLY MARKETING, creando un grupo combinado con equipos en 12 países, una red de 45 millones de usuarios activos, cerca de 380 trabajadores y 400 socios entre los principales comercios y marcas más reconocidas a nivel mundial.

Por lo tanto, SHOPFULLY MARKETING forma parte de SHOPFULLY, líder tecnológico europeo en *Drive to Store* que realiza soluciones digitales de última generación para comercios y marcas.

SHOPFULLY MARKETING, al igual que el resto de las empresas pertenecientes a SHOPFULLY, tiene como objetivo reinventar las compras locales en todo el mundo, conectando a millones de compradores en línea con las tiendas físicas que los rodean, aumentando así las ventas locales.

2. Qué es el Código Ético

El Código Ético es un documento que tiene por objeto definir, formalizar y compartir el conjunto de valores éticos en los que se inspira la Empresa y las normas de conducta que deben observarse, representando un instrumento esencial de la ética empresarial. El cumplimiento de dicho Código por parte de los destinatarios del mismo constituye un elemento indispensable para garantizar el buen funcionamiento, la fiabilidad y la reputación de la propia Empresa.

El Código es parte integrante del Modelo de Prevención de Delitos, dirigido a la prevención de conductas penalmente relevantes.

La redacción de un Código Ético permite instaurar una política efectiva de prevención, detección y lucha contra la violación de leyes y reglamentos aplicables al sector de actividad de la Empresa, cuya eficacia contribuye a que la propia Empresa exenta de responsabilidad por la comisión de delitos.

El objetivo de la elaboración y difusión del Código Ético es, por lo tanto, compartir los valores con todos los empleados, directivos y miembros del órgano de administración, y con terceros que interactúan de diversas formas con la Empresa, de modo que se conozcan y difundan las normas de conducta como punto de referencia y comparación para cada acción y decisión de las personas que trabajan en la Empresa, independientemente de su función y posición

jerárquica. SHOPFULLY MARKETING se compromete a respetar y hacer respetar el Código dentro de la organización, y exige a sus proveedores que compartan los valores contenidos en el mismo.

3. Destinatarios

Los principios y contenidos del Código Ético de SHOPFULLY MARKETING deben guiar la conducta de los empleados, incluidos los directivos, colaboradores (independientemente de la naturaleza de su relación contractual con la Empresa), administradores y auditores, proveedores, contratistas, clientes y, en general, todos los demás grupos de interés de la Empresa (en adelante, denominados colectivamente los "**Destinatarios**") con el fin de garantizar el buen funcionamiento, la fiabilidad y la integridad de la propia Empresa y de su modelo de negocio.

Cada Destinatario está obligado individualmente a cumplir las disposiciones del Código, pero también está sujeto a una responsabilidad sobre la verificación del cumplimiento por parte de sus colaboradores de los mismos principios de conducta habida cuenta de su función dentro de la estructura empresarial.

El cumplimiento de estas disposiciones y normas de conducta constituye un elemento esencial para la correcta ejecución de los trabajos y servicios profesionales, al constituir obligaciones de diligencia, lealtad e imparcialidad que deben ser cumplidas por parte de todos los Destinatarios, y su infracción podrá constituir, por tanto, un incumplimiento contractual, que podrá dar lugar a las consecuencias recogidas en el artículo 12.3 siguiente.

Cualquier persona de entre los Destinatarios que tenga conocimiento de una infracción de la Ley, de las disposiciones y normas contenidas en el Código Ético o de cualquier otra norma interna de la empresa, estará obligada a comunicar sin demora dicha información al Organismo de Prevención y Control, a través de los canales que serán indicados en la sección correspondiente de este Código.

4. Ámbito territorial

El Código es válido tanto en España como en el extranjero, en los países en los que SHOPFULLY MARKETING disponga de filiales o sucursales, respetando las adaptaciones que puedan ser necesarias o convenientes en dichos países. En el caso de que una sola de las disposiciones contenidas en el Código entrase en conflicto con las disposiciones previstas en los reglamentos o procedimientos internos, las disposiciones contenidas en este Código prevalecerán sobre éstas.

5. Nuestros valores

Cualquier actuación llevada a cabo por SHOPFULLY MARKETING, con el fin de garantizar el desarrollo responsable y transparente de sus actividades y asegurar el funcionamiento de su sistema de gobierno corporativo, deberá ajustarse en todo momento a los valores fundamentales de la Empresa que se exponen a continuación, para que los mismos sean aplicados en las relaciones con todos los Destinatarios:

Legalidad e integridad

TIENDEO considera esencial el respeto de la normativa española, extranjera y supranacional aplicable a ella y a sus filiales o sucursales, por lo tanto, se compromete a que dicho respeto sea garantizado por sus propios empleados y colaboradores y pide que sus interlocutores y colaboradores externos cumplan las mismas garantías. Además, la Empresa considera que la búsqueda del propio interés no puede justificar en ningún caso un comportamiento contrario a los principios de equidad y honestidad, exigiendo también a todos sus empleados y colaboradores que actúen con lealtad y buena fe, y basando su conducta en el respeto, la cooperación y la colaboración con todos sus interlocutores.

Transparencia

TIENDEO considera esencial garantizar un diálogo transparente con todas las partes interesadas de la Empresa. En virtud de este compromiso, todas las actividades, acciones, transacciones y operaciones relacionadas con la Empresa son adecuadamente identificables y documentadas y toda la información sobre el desarrollo de la Empresa que deba ser objeto de difusión se facilitará a las partes interesadas de forma clara, completa y precisa, con el fin de establecer y mantener una relación de confianza con los diferentes grupos de interés.

Respeto a la persona

La protección de la persona, y en particular de nuestros recursos humanos, es para nosotros un valor primordial: por ello, condenamos cualquier comportamiento que pueda determinar o contribuir a causar una violación de la seguridad individual o constituir una discriminación basada en motivos sociales, culturales, étnicos, religiosos, psicológicos, de género, de orientación sexual o de otro tipo. Por el contrario, creemos que la diversidad que caracteriza a nuestro equipo es uno de nuestros puntos fuertes y que un entorno de trabajo inclusivo y sereno es la clave del éxito para lograr resultados cada vez mejores.

Digitalización y protección del medio ambiente

La digitalización y la preocupación por el medio ambiente están estrechamente vinculadas, ya que el uso de medios tecnológicos permite mejorar el rendimiento y, al mismo tiempo, reducir los residuos. En el desarrollo de sus actividades, y gracias a sus herramientas tecnológicas, TIENDEO contribuye al proceso de digitalización de la gran distribución y de las medianas y pequeñas empresas, con el fin de construir una senda de mayor sostenibilidad medioambiental, que al mismo tiempo apoye el crecimiento global de la economía gracias al *big data* y al uso del *machine learning* para conectar eficientemente comercios y consumidores.

6. Normas de relación

La conducta de todos los sujetos que se relacionan con SHOPFULLY MARKETING, ya sean internos o externos a la estructura de la empresa, debe basarse en el respeto de los valores y principios fundamentales del presente Código Ético. Mientras que algunos valores y principios son aplicables a todos los grupos de interés de la Empresa, otros están más dirigidos a garantizar la correcta gestión de las relaciones entre SHOPFULLY MARKETING y una categoría específica de Destinatarios. Los párrafos siguientes tienen por objeto definir los principios absolutos que la Empresa aplica a todos los grupos de interés, y exige que sean aplicados por la totalidad de los Destinatarios, así como a dar cumplimiento a los deberes y prohibiciones contenidas en los mismos.

6.1 Gestión de información confidencial y protección de datos

Los datos son un activo esencial para SHOPFULLY MARKETING: por ello, garantizamos la confidencialidad de la información reservada y de los datos que estén en nuestro poder, incluidos los relativos a nuestros propios empleados, cumpliendo en todo momento con las disposiciones legales y con las disposiciones contractuales entre las partes implicadas.

Los empleados, incluidos los altos directivos, los miembros del órgano de administración y los colaboradores externos, están obligados contractualmente a mantener la más absoluta confidencialidad sobre la información y los datos adquiridos y tratados en el marco de su relación laboral o de colaboración con la Empresa.

Los datos personales y la información confidencial que estén a disposición de SHOPFULLY MARKETING no se utilizarán para fines ajenos al ejercicio de su actividad profesional o de

forma que exceda los límites acordados. Por lo tanto, queda prohibida la comunicación y divulgación de datos personales e información confidencial tanto dentro como fuera de la Empresa, salvo que la misma se realice en cumplimiento de la legislación vigente.

6.2 Seguridad de la información

La Empresa garantiza un alto nivel de seguridad en la selección y utilización de sus sistemas informáticos destinados al tratamiento de datos personales y a la gestión de la información confidencial, y adopta las medidas de seguridad idóneas para garantizar la plena protección de dichos datos, en cumplimiento de la legislación aplicable.

De hecho, SHOPFULLY MARKETING considera que dicha forma de proceder resulta tanto esencial para proteger la información que obra en su poder, como vital para un desarrollo eficaz de las políticas y estrategias empresariales implementadas en la Empresa.

6.3 Prevención y gestión de los conflictos de interés

En el desarrollo de sus actividades, SHOPFULLY MARKETING se esfuerza por prevenir la aparición de cualquier situación de conflicto de interés, real o incluso sólo potencial, garantizando la separación de las funciones de decisión, contabilidad y control, realizando comprobaciones previas sobre la idoneidad de las personas destinadas a ocupar cargos específicos, etc. Sin embargo, es posible que surja un conflicto de este tipo.

Por lo tanto, SHOPFULLY MARKETING exige que cualquier persona que se encuentre en una situación de este tipo lo comunique rápidamente al Departamento de Recursos Humanos (de ahora en adelante, RRHH) de acuerdo con lo dispuesto en sus procedimientos y normativa interna vigentes.

6.4 Competencia, libre competencia y prohibición de la corrupción

SHOPFULLY MARKETING reconoce la importancia fundamental de un mercado competitivo y, en cumplimiento de la normativa nacional y comunitaria de defensa de la competencia, de las orientaciones y directrices de la Autoridad de Defensa de la Competencia, así como de la normativa interna específica elaborada por la Empresa, se abstiene de suscribir acuerdos con otras empresas que puedan afectar negativamente al régimen de competencia entre los distintos operadores del mercado de referencia.

En particular, la Empresa y los Destinatarios evitarán prácticas (creación de cárteles, reparto de mercados, limitaciones a la producción o a las ventas, acuerdos condicionados, etc.) que

impliquen la violación de las leyes de competencia, así como evitarán participar en otras conductas que puedan conducir a una distorsión de la competencia en la adquisición de bienes y servicios, por ejemplo mediante el soborno de partes contractuales con entes públicos o privados.

SHOPFULLY MARKETING adopta principios de conducta inspirados en la lucha contra cualquier tipo de corrupción en la interacción con sus grupos de interés, ya sean sujetos pertenecientes a la Administración Pública o particulares. Ello se concreta, desde un punto de vista operativo y a título meramente ejemplificativo, en la prohibición de aceptar u ofrecer cualquier forma de beneficio o regalo/obsequio, o cantidades de dinero que puedan pretender servir como instrumento dirigido a influir en la independencia de criterio y conducta de las partes implicadas.

Estas normas de conducta no pueden eludirse recurriendo a distintas formas de colaboración que, bajo la apariencia de patrocinios, gastos de representación ficticios, nombramientos, consultorías, publicidad u otras formas, persigan fines ilícitos.

Quedan exentos de esta prohibición los regalos/obsequios y los gastos de representación, siempre que se utilicen en un contexto que se encuentre aceptado por la Empresa, no vulnere la legislación vigente, tengan un valor módico y dentro de los valores que hayan sido fijados por los procedimientos específicos de la Empresa, se encuentren adecuadamente documentados y están justificados y, en cualquier caso, no comprometan la integridad y la conducta ético-profesional de las partes implicadas.

Por último, todos los Destinatarios se abstendrán de realizar cualquier tipo de presiones, amenazas, actos de violencia, artificios, medios fraudulentos o cualquier conducta que pueda impedir o perturbar, de cualquier modo, el desarrollo de las actividades comerciales y empresariales de terceros o el libre ejercicio de la competencia en el mercado.

6.5 Protección de los derechos de autor y de la propiedad industrial

En el desarrollo de sus actividades, SHOPFULLY MARKETING opera evitando cualquier tipo de violación de derechos de autor o de propiedad industrial de terceros, condenando cualquier posible forma de falsificación o usurpación de instrumentos de identificación o signos de autenticación, certificación o reconocimiento, marcas, signos distintivos, patentes, diseños o modelos de utilidad, y exige a todos aquellos que operan en interés de la Empresa a cumplir con toda la normativa vigente en relación a dichos extremos.

La Empresa también condena la reproducción de software, fotos, imágenes, música o composiciones audiovisuales, u obras que en cualquier caso estén protegidas por derechos

de autor de terceros fuera del ámbito de lo autorizado mediante los acuerdos de licencia que se hubieran suscrito previamente entre las partes.

7. Normas de relación con el personal

7.1 Los Principios que cumplen nuestros RRHH

En cada etapa de la relación con RRHH, desde el proceso de selección hasta su finalización, SHOPFULLY MARKETING garantiza el cumplimiento de los principios fundamentales que se enumeran a continuación.

7.1.1 *No discriminación y respeto de la diversidad*

SHOPFULLY MARKETING reconoce el valor de sus RRHH y la importancia de su papel en la consecución de los objetivos de la Empresa. Con el fin de garantizar las mejores condiciones de trabajo, SHOPFULLY MARKETING se compromete a que sus empleados y colaboradores puedan disfrutar de un contexto profesional saludable, contrastando y condenando cualquier tipo de discriminación, violencia física o psicológica, acoso y en general cualquier conducta que atente contra la dignidad personal.

Este objetivo se persigue en el marco de las relaciones con el personal desde la fase de búsqueda y selección. En este sentido, la Empresa lleva a cabo el proceso de reclutamiento y selección con equidad, valorando exclusivamente los antecedentes profesionales de los candidatos, su experiencia previa y su idoneidad para cubrir el puesto vacante, sin aplicar ningún tipo de discriminación relacionada con su origen étnico o racial, sexo, orientación sexual, creencias religiosas o cualquier otro aspecto de carácter personal. La Empresa también adopta todas las medidas adecuadas para evitar el favoritismo, el nepotismo u otras formas de clientelismo en las fases de búsqueda y selección de personal.

Nuestro equipo está formado por personas de muchas nacionalidades y con características muy diferentes: gracias al carácter multinacional de nuestro negocio, valoramos el talento en todas sus formas y creemos que la diversidad cultural y personal puede añadir valor a la empresa y ayudarnos a alcanzar nuestros objetivos.

7.1.2 *Formalización de la relación laboral y la remuneración*

SHOPFULLY MARKETING formaliza las relaciones con sus empleados y colaboradores a través de contratos de trabajo legales, rechazando cualquier práctica que pretenda eludir

el cumplimiento de la normativa vigente, incluida la contratación de personal en situación irregular, o sin permiso de trabajo obtenido previamente de conformidad con las disposiciones legales vigentes.

SHOPFULLY MARKETING asegura a su propio personal una remuneración congruente y asegura su promoción profesional dentro de la Empresa en cumplimiento del principio de meritocracia y premiará la excelencia de sus trabajadores a través de planes de incentivos por el cumplimiento de objetivos.

7.1.3 Formación y compromiso

Durante toda la relación laboral o de colaboración, SHOPFULLY MARKETING se compromete a fomentar el bienestar de sus empleados y colaboradores, gracias a iniciativas de “*team building*” que ayuden construir un entorno de trabajo sano e inclusivo y ayude a fomentar el compromiso de los empleados frente a TIENDO, y cuya eficacia será evaluada periódicamente mediante encuestas. También nos preocupamos por el crecimiento profesional y por incrementar las competencias de nuestros empleados, invirtiendo en su desarrollo a través de la formación organizada y autónoma. De hecho, garantizamos un tiempo semanal, dentro de la jornada laboral, para que nuestros empleados lo puedan dedicar a su crecimiento profesional y a incrementar sus competencias.

7.1.4 Conciliación de la vida laboral y familiar

Consideramos esencial garantizar el respeto de la vida personal de nuestros empleados y colaboradores, y nos comprometemos a facilitar los medios para garantizar el equilibrio entre la vida privada y familiar y la vida laboral, adoptando políticas de teletrabajo y flexibilidad que permitan conciliar las necesidades de la empresa con las del trabajador.

7.1.5 Salud y seguridad en el trabajo

Además de garantizar un entorno laboral seguro, SHOPFULLY MARKETING se compromete a garantizar que los entornos empresariales en los que el personal desempeña su trabajo sean adecuados para salvaguardar su salud, seguridad e integridad, de conformidad con las leyes y reglamentos vigentes.

7.2 Lo que pedimos a nuestros empleados y colaboradores

SHOPFULLY MARKETING exige a todo el personal, independientemente de la naturaleza de su relación profesional, que cumpla con todas y cada una de las obligaciones establecidas en el Código Ético, extremo que se considera esencial para el correcto desempeño de sus funciones. Por lo tanto, la conducta de los empleados y colaboradores debe estar marcada

por la observancia de la Ley y de los valores de la Empresa, y en particular inspirada en los principios de conducta establecidos, debiendo evitar en todo momento comportamientos que puedan crear un clima intimidatorio y contribuyan a mantener un ambiente de trabajo respetuoso con la dignidad de todo el personal.

7.2.1 Ownership y colaboración

Todo el personal de SHOPFULLY MARKETING se compromete a actuar de acuerdo con el principio de "**Ownership**", entendido como diligencia, integridad y responsabilidad en la consecución de los objetivos de la Empresa, buscando obtener el mejor resultado posible en el desempeño de sus funciones – sin perjuicio del cumplimiento de la normativa vigente.

Indispensable para asegurar este resultado es también el cumplimiento del principio de "**Colaboración**", que debe interpretarse como honestidad y transparencia en el desempeño de los servicios acordados contractualmente y en la relación con otros empleados y colaboradores, asegurando el apoyo mutuo, así como con todas las personas ajenas a la Empresa con las que se mantengan relaciones profesionales.

7.2.2 Cumplimiento de las políticas internas de seguridad de la información

La empresa ha elaborado procedimientos y políticas, aplicables en algunos casos a todo el personal y en otros sólo a personal perteneciente a áreas específicas. Cada empleado y colaborador se compromete a cumplir los aplicables a su figura profesional, así como los aplicables a todos los empleados y colaboradores de la Empresa.

Entre estas últimas, reviste especial importancia la "*Política de herramientas informáticas*" ("*IT Tools Policy*"). Este documento, en cumplimiento del Modelo de Ciberseguridad adoptado por la Empresa, indica la conducta correcta que debe adoptarse en el uso de las herramientas informáticas y sistemas que la Empresa pone a su disposición, e identifica las conductas prohibidas que podrían dañar las mismas y responsabiliza a cada empleado y colaborador de velar por la seguridad de los sistemas y herramientas utilizadas.

Por ello, y teniendo en consideración los riesgos a los que se expondría la Empresa en caso de incumplimiento de dichas instrucciones y normas operativas, debe considerarse esencial que las herramientas y servicios informáticos o telemáticos que sean asignados a los empleados o colaboradores de la Empresa, sean utilizados de conformidad a lo establecido en el contenido de dicha Política.

Queda en todo caso prohibido a los empleados, directivos, consultores y colaboradores de la Empresa alterar el funcionamiento de cualquier sistema informático o telemático de

terceros tanto si pertenecen al sector público como al privado o manipular de cualquier forma los datos contenidos en los mismos, cualquiera que sea la finalidad perseguida.

7.2.3 Prohibición de competencia y publicidad negativa

Se prohíbe a todos los empleados y colaboradores entablar relaciones o facilitar información a otras empresas que puedan causar daños o perjuicios a SHOPFULLY MARKETING.

También se impone una cláusula contractual de no competencia a las personas que ocupan determinados cargos, que les prohíbe prestar servicios de consultoría, enseñanza o colaboración con terceros *-incluidas las actividades realizadas a título gratuito-* salvo autorización expresa de la Empresa.

En casos concretos, SHOPFULLY MARKETING ha consentido la realización de dichas actividades por parte de sus empleados o colaboradores *-previa evaluación que descartó la incompatibilidad de las mismas-*.

8. Normas de relación con los proveedores

8.1 Selección de proveedores

La selección de proveedores y la formulación de las condiciones de compra de bienes y servicios para la Empresa se rige por valores y parámetros de competencia, objetividad, equidad, ética, respeto y reputación, imparcialidad, equidad en el precio, calidad del bien y/o servicio, y se implementa evaluando cuidadosamente las garantías ofrecidas por los potenciales proveedores y el contenido de las ofertas.

El cumplimiento de estos requisitos se verificará antes del establecimiento de la relación contractual con los proveedores y, posteriormente, durante el transcurso de la misma.

Los procesos de selección de proveedores están marcados por la búsqueda de la máxima ventaja en términos de competitividad de resultados para la Empresa y se realizan de forma imparcial hacia cada proveedor que reúna los requisitos necesarios.

SHOPFULLY MARKETING evaluará únicamente a aquellos proveedores que, en cumplimiento de las disposiciones y reglamentos adoptados por la Empresa, garanticen el cumplimiento de las disposiciones vigentes en materia de salud y seguridad en el trabajo y que sus trabajadores estén dados de alta de conformidad a las normas laborales de aplicación.

Otra condición indispensable para proceder a la evaluación de un potencial proveedor es la voluntad del mismo de adherirse a las normas contenidas en el Código Ético, así como su compromiso a cumplir con la normativa vigente y que en el desarrollo de las negociaciones previas a la conclusión de un acuerdo de naturaleza comercial los potenciales proveedores actúen de conformidad con los principios de transparencia, equidad y buena fe.

La Empresa se reserva el derecho de llevar a cabo todas las comprobaciones oportunas sobre la veracidad e integridad de la información compartida por el proveedor durante las negociaciones.

8.2 Relación contractual con los proveedores

La estipulación de un contrato con un proveedor debe basarse siempre en la transparencia, la profesionalidad y la máxima cooperación, evitando, en la medida de lo posible, la asunción de obligaciones contractuales que impliquen formas de dependencia mutua.

Los productos y/o servicios suministrados deben resultar acordes a las necesidades empresariales concretas, estar justificadas y deben quedar recogidas por escrito por los respectivos gestores responsables de asumir el compromiso del gasto, dentro de los límites del presupuesto disponible.

Al celebrar el contrato, el proveedor se compromete a adherirse a los principios establecidos en el presente Código Ético y a cumplir sus disposiciones en la prestación de sus servicios, con especial referencia, aunque no exclusivamente, al cumplimiento de las Leyes que protegen los derechos de propiedad industrial e intelectual, las leyes de protección del consumidor, la libre competencia y el mercado, y las leyes contra la corrupción, el blanqueo de capitales y la delincuencia organizada.

La infracción del contenido del Código constituirá incumplimiento de contrato y podrá dar lugar a todas las consecuencias oportunas, incluida la indemnización de los daños y perjuicios sufridos por la Empresa.

Al finalizar la relación y, en todo caso, antes de proceder al pago de la factura correspondiente, SHOPFULLY MARKETING procederá a la comprobación de la calidad, congruencia y puntualidad del servicio recibido, así como del cumplimiento de todas las obligaciones asumidas por el proveedor, cumpliendo asimismo con los requisitos exigidos por la normativa fiscal.

9. Normas de relación con los clientes

SHOPFULLY MARKETING comparte con sus clientes potenciales información completa, veraz y precisa sobre sus servicios, y se compromete a ofrecer dicha información de acuerdo con los estándares de excelencia propuestos, con el fin de garantizar una elección informada y promover la máxima satisfacción del cliente.

Las relaciones con los clientes se gestionan según los principios de colaboración, disponibilidad, profesionalidad y transparencia, respetando la confidencialidad de la información y la protección de los datos personales, con el fin de sentar las bases de una relación sólida y duradera de confianza mutua. Durante el periodo contractual, la Empresa asegura la trazabilidad de las actividades realizadas y en curso, garantizando la posibilidad de un seguimiento constante de su evolución.

Con el fin de garantizar el cumplimiento de las normas propuestas, SHOPFULLY MARKETING se preocupa de evaluar la calidad percibida y la plena conformidad de sus servicios con las propias normas y comunicaciones comerciales, dando también respuesta puntual a cualquier sugerencia o petición de sus clientes.

10. Normas de relación con los usuarios

SHOPFULLY MARKETING se compromete a enriquecer la experiencia de sus Usuarios (denominados Usuarios) desde la fase inicial hasta el momento de la visita en el punto de venta, haciéndola más sencilla, práctica y agradable, ofreciendo un servicio que refleje altos estándares de calidad y en cumplimiento de la normativa de protección del consumidor, con el fin de obtener su máxima satisfacción.

Al llevar a cabo sus actividades online, la Empresa recopila datos personales de los Usuarios introducidos voluntariamente por los mismos, así como los recopilados automáticamente durante la utilización del servicio *-incluyendo, entre otros, cookies, datos de uso, direcciones de correo electrónico-*.

La Empresa se compromete a proporcionar a los Usuarios toda la información necesaria sobre el tratamiento de sus datos personales, mediante una información clara, transparente, exacta y completa, al tiempo que se esfuerza constantemente por garantizar la plena protección de los datos, de conformidad con la legislación española y comunitaria pertinente.

11. Normas para las relaciones con la Administración Pública

Con el fin de garantizar la máxima equidad y transparencia hacia la Administración Pública, las relaciones con ésta se mantienen exclusivamente a través de la intermediación de personas

identificadas que no tengan conflicto de intereses con los representantes de las propias instituciones y que puedan garantizar la máxima diligencia y profesionalidad.

SHOPFULLY MARKETING asegura que la documentación a transmitir a los Organismos Públicos se redacta de forma que proporcione una información clara, precisa, completa, fiel y veraz y que las relaciones con los Funcionarios Públicos están marcadas por la máxima transparencia, cooperación, disponibilidad, en el pleno respeto del papel institucional y evitando cualquier comportamiento dirigido a obstaculizar el desempeño de las funciones de la Administración Pública.

Además de velar por el pleno cumplimiento de los principios ya expuestos, SHOPFULLY MARKETING condena cualquier comportamiento dirigido a beneficiarse de cualquier tipo de contribución, financiación u otro desembolso (*del Estado, de la Comunidad Europea o de otra Entidad Pública nacional o extranjera*) mediante declaraciones y/o documentos alterados o falsificados, o mediante información omitida o, más en general, mediante artificios o engaños, incluidos los realizados mediante un sistema informático o telemático, dirigidos a inducir a error. Asimismo, SHOPFULLY MARKETING se compromete a la correcta gestión de todos los préstamos, aportaciones y subvenciones concedidos y a informar de forma transparente de las actividades realizadas.

12. Formas de aplicar el Código Ético: control y sanciones

12.1 El Organismo de Prevención y Control

El órgano de administración ha designado al Organismo de Prevención y Control de SHOPFULLY MARKETING como órgano encargado del funcionamiento, control, mantenimiento y actualización del Modelo de Prevención de Delitos y de sus elementos constitutivos, incluido el propio Código Ético.

Para garantizar el correcto desempeño de las funciones del Organismo de Prevención y Control, cuyas actividades y funcionamiento se rigen por un Reglamento específico y autónomo, el Organismo de Prevención y Control tendrá libre acceso a los datos e informaciones de la Empresa que se consideren útiles para el desempeño de sus funciones. Será deber de todos los Destinatarios prestar la máxima colaboración para facilitar el desempeño de las funciones del Organismo de Prevención y Control, de forma que éste pueda promover eficazmente la difusión y el conocimiento del Código y prevenir o reprimir eventuales violaciones del mismo.

Las partes interesadas pueden ponerse en contacto con el *Organismo de Prevención y Control* para solicitar aclaraciones sobre el contenido y la aplicación del Código Ético, (o cualquier otro extremo que tenga por objetivo denunciar o informar sobre actos ilícitos o

irregulares, o sobre la vulneración de las normas contenidas en el presente Código deberá ponerse de manifiesto a través del canal de denuncias que se mantiene implementado en la Empresa.

12.2 Obligaciones de información.

Cualquier persona que tenga conocimiento de un incumplimiento por parte de otra persona de los principios y contenidos establecidos en el presente Código, o de los procedimientos y protocolos que componen el Modelo de Prevención de Delitos, está obligada a comunicarlo sin demora a través del canal de denuncias que se mantiene implementado en la Empresa.

12.3 Sanciones disciplinarias y recursos contractuales

La observancia de las normas del presente Código Ético debe considerarse parte esencial del cumplimiento de las obligaciones contractuales con la Empresa que tanto trabajadores, colaboradores, consultores o proveedores asumen frente a SHOPFULLY MARKETING.

Por lo tanto, la violación o incumplimiento de las disposiciones establecidas en el presente Código estará sujeta a las sanciones previstas tanto en la Ley, el Estatuto de los Trabajadores y el Convenio Colectivo de aplicación, como aquellas que hayan sido incorporadas contractualmente para terceros con los que contrate la Empresa y que podrán dar lugar a la resolución inmediata de la relación contractual, además de la obligación de indemnizar a SHOPFULLY MARKETING por los daños y perjuicios causados.

13. Difusión del Código Ético

El presente Código Ético se pone en conocimiento de todos los Destinatarios, mediante su publicación en la página web Business oficial de SHOPFULLY MARKETING (<https://business.SHOPFULLY MARKETING.com/es/>) y su difusión en la Intranet de la Empresa.

SHOPFULLY MARKETING recuerda a todos los Destinatarios que en ningún caso la actuación en beneficio de la Empresa podrá justificar la adopción de comportamientos contrarios al Código.

Por tanto, es deber de todos los Destinatarios operar en aplicación y cumplimiento de las disposiciones del Código, absteniéndose de cualquier conducta contraria a su contenido.

14. Modificaciones y actualizaciones del Código Ético

SHOPFULLY MARKETING garantiza la actualización periódica de su Código Ético, con el fin de adecuarlo a los cambios normativos, sociales u organizativos que puedan requerir modificaciones o adiciones. En caso de ser necesarias, éstas se realizarán de la misma forma adoptada para su aprobación inicial, es decir, por acuerdo del Órgano de Administración de la Empresa.