

CODIGO DE CONDUCTA Y ETICA DE LOS SOCIOS COMERCIALES DE YAMAHA MOTOR ARGENTINA

SUMARIO

- 1. INTRODUCCIÓN**
- 2. APLICACIÓN**
- 3. EL COMPROMISO DE YMARG**
- 4. LO QUE YMARG ESPERA DE SUS SOCIOS COMERCIALES**
 - 4.1 Ética y conformidad con las leyes – *Compliance***
 - 4.2 Relacionamiento comercial libre de conflicto de intereses**
 - 4.3 Operaciones libres de corrupción y sobornos**
 - 4.4 Garantía de credibilidad evitando presentes comerciales y favores**
 - 4.5 Respeto de la concurrencia y prácticas comerciales idóneas**
 - 4.6 Prevención de lavado de dinero y lucha contra el financiamiento del terrorismo**
 - 4.7 Respeto de las reglas de licitaciones y contratos administrativos**
 - 4.8 Preservación y utilización apropiada de los activos de YMARG**
 - 4.9 Integridad de los registros**
 - 4.10 Confidencialidad**
 - 4.11 No utilización de información privilegiada en la comercialización de bienes y servicios**
 - 4.12 Protección de datos**
 - 4.13 Idoneidad y responsabilidad en el relacionamiento de los socios comerciales con clientes**
 - 4.14 Compromiso ambiental**
 - 4.15 Respeto de los contratos**
 - 4.16 Mantenimiento del ambiente de trabajo**
 - 4.17 Diversidad y no discriminación de cualquier naturaleza**
 - 4.18 Respeto a los derechos humanos universales**
 - 4.19 Salud y seguridad de los trabajadores**
 - 4.20 Inclusión de personas con capacidades especiales**
- 5. VALIDEZ Y REVISION DEL CODIGO DE CONDUCTA**

1. INTRODUCCIÓN

Nuestra reputación y credibilidad son nuestros activos más importantes. Los principios éticos que orientan nuestra actuación contribuyen para el mantenimiento de la imagen de YMARG como emprendimiento sólido y confiable para nuestros clientes, proveedores, colaboradores y socios comerciales en general.

En línea con sus responsabilidades éticas y legales –que se encuentran reflejadas en nuestro Código de Ética- YMARG está comprometido con el abastecimiento de productos seguros, confiables y compatibles con las necesidades y expectativas de nuestros clientes, autoridades públicas, proveedores, accionistas, etc..

Para que esos objetivos sean alcanzados, es preciso definir patrones mínimos de responsabilidad para todos nuestros socios comerciales que redunden, especialmente, en una reducción de riesgos legales y de imagen para todos, asegurando el desarrollo y la duración de las relaciones comerciales.

El Código de Conducta y Ética de los Socios Comerciales de YMARG tiene como objetivo principal servir como referencia a nuestros socios comerciales en la conducción de sus negocios con YMARG y en nombre de YMARG, en la medida en que determina los requisitos mínimos a ser observados –de salud y seguridad, derechos humanos, conformidad con las leyes vigentes, ética y medio ambiente, entre otros.

Todos los socios comerciales, en tanto contratados por YMARG, están obligados a cumplirlo íntegramente, así como a identificar y desarrollar mejorías constantes y promover prácticas comerciales sustentables de acuerdo con este Código.

2. APLICACIÓN

El Código de Conducta y Ética de los Socios Comerciales se aplica a todos los contratados, directa o indirectamente por YMARG, en sintonía con las directivas del GRUPO YAMAHA (Brasil, Argentina, Uruguay y Perú), incluyéndose proveedores de bienes y prestadores de servicios en general, consultores, distribuidores de productos (concesionarios de motocicletas y concesionarios de productos náuticos) y demás terceros que mantengan una relación comercial con YMARG, aquí denominados genéricamente socios comerciales, socios de negocios o simplemente socios.

YMARG: Yamaha Motor Argentina S.A.

GRUPO YAMAHA: compuesto por las siguientes empresas en la región:

- i. Yamaha Motor do Brasil Ltda.
- ii. Yamaha Motor da Amazonia Ltda.
- iii. Yamaha Motor Componentes da Amazonia Ltda.
- iv. Yamaha Administradora de Consorcio Ltda.
- v. Banco Yamaha Motor do Brasil S.A.
- vi. Yamaha Motor do Brasil Corretora de Seguros Ltda.
- vii. Yamaha Motor do Brasil Servicos Financeiros, Participacoes Ltda.
- viii. Yamaha Motor do Brasil Logística Ltda.
- ix. Yamaha Motor del Perú S.A.
- x. Yamaha Motor Selva del Perú S.A.
- xi. Yamaha Motor Argentina S.A.
- xii. Yamaha Motor Uruguay S.A.

Todos los socios comerciales de YMARG están obligados a adherir a patrones similares de trabajo y ética en los negocios, a partir del cumplimiento de los requisitos mínimos establecidos en el presente Código durante todo el período contractual, sin perjuicio de las demás reglas y condiciones comerciales que hubieran sido o fueran a ser acordadas entre las partes en particular, conforme la naturaleza de los contratos.

Es importante tener en cuenta que muchas cláusulas de este Código se fundamentan en exigencias legales vigentes en la República Argentina y en los países donde opera el GRUPO YAMAHA, de forma que una violación a este Código también puede involucrar una violación a la ley, que podría derivar en un proceso civil o criminal contra el infractor, persona física o jurídica, indistintamente.

De la misma forma, violaciones al presente Código pueden causar la rescisión contractual con YMARG.

3. EL COMPROMISO DE YMARG

La forma como YMARG realiza sus negocios es fundamental para su imagen y éxito, teniendo a sus socios comerciales como principales aliados, con los cuales asume los siguientes compromisos:

- Conducir sus negocios con sus socios de modo justo, objetivo, transparente y profesional, lo cual incluye tratar a sus empleados que estén trabajando en las dependencias de YMARG con las mismas prácticas de trabajo aplicadas a sus propios empleados;
- Analizar y revisar regularmente sus propios programas y prácticas para que los socios estén siempre alineados con una visión de relacionamiento comercial responsable, sustentable y duradero;
- Apoyar a sus socios de negocios, sin eximir a éstos de sus responsabilidades propias, en la identificación de actividades que no estén a la altura de los requisitos exigidos en este Código y proponer soluciones para mejorar esas condiciones en tiempo adecuado, incluyéndose en este punto, la mejora de los patrones sociales (seguridad e higiene, derechos humanos), éticos y ambientales;
- Concentrar su atención en los procesos de fortalecimiento de la cadena de abastecimiento de bienes y servicios, en las cuales el riesgo de incumplimiento de los requisitos estipulados en este Código sea mayor, y en los cuales se pueda obtener el máximo de mejoras posibles.

4. LO QUE YMARG ESPERA DE SUS SOCIOS COMERCIALES

Todos los requisitos y obligaciones exigidas a nuestros socios comerciales de negocios son determinaciones con las cuales la propia YMARG ya se ha comprometido en su Código de Ética.

Somos todos responsables por la reputación de YMARG y esperamos que nuestros socios comerciales actúen en forma íntegra.

Nuestros socios deben entender y asumir sus responsabilidades éticas y legales de acuerdo con los negocios de YMARG, pues un comportamiento ilegal o inadecuado por parte de los mismos o de sus empleados puede perjudicar considerablemente a YMARG.

Ningún empleado de YMARG, en cualquier nivel organizacional, posee autorización para violar el Código de Ética, y tampoco para influir a un socio comercial a violar este Código de Conducta y Ética de los Socios Comerciales de YMARG.

Los requisitos mínimos y obligaciones a ser cumplidas por los socios comerciales:

4.1 Ética y conformidad con las leyes – Compliance

Los socios comerciales de YMARG deben estar comprometidos con prácticas comerciales justas, éticas y transparentes.

Deben, además, actuar en *compliance*, cumpliendo todas las leyes y regulaciones aplicables a su actividad y los negocios mantenidos con YMARG, así como todas nuestras normas y políticas internas de aplicación a nuestros socios comerciales.

YMARG no adquiere productos o contrata servicios, y tampoco mantiene cualquier otra relación comercial con personas y empresas que no cumplen las leyes, regulaciones, normas y tratados internacionales.

YMARG no tolera conductas ilícitas de sus socios comerciales sujetas, inclusive, a las medidas judiciales que les correspondieran, en relación con:

- Falsificación de documentos, de marcas o de productos;
- Uso indebido y/o no autorizado de sus marcas;
- Participación en actividades o conductas ilícitas, tales como evasión fiscal e impositiva, corrupción, fraudes, soborno, contrabando, asociación ilícita, entre otros.

La intermediación, gestión, actividades de lobby con el Poder Público está vedado a los socios comerciales de YMARG que actúan en su nombre.

4.2 Relacionamiento comercial libre de conflicto de intereses

Los socios comerciales de YMARG deben ser seleccionados conforme criterios objetivos y fundados en la calidad, confiabilidad, precio, utilidad y desempeño del producto o servicio, observadas, también, las políticas internas que al respecto rigen.

Las relaciones comerciales serán establecidas y mantenidas libres y exentas de cualquier conflicto de intereses.

Surgen conflictos de intereses cuando los colaboradores de YMARG o de los socios comerciales, o de ambos, se involucran en actividades o poseen intereses personales, profesionales o corporativos perjudiciales a los intereses de una de las empresas, o de ambas.

Constituye conflicto de intereses, adicionalmente, cualquier situación en que los colaboradores de cualquiera de las partes contratantes actúen influenciados por una ventaja material o inmaterial, profesional, financiera, personal o a favor de terceros a ellos relacionados, ya sea cónyuge, amigos, familiares o cualquier otro ente de relacionamiento personal de los mismos.

Es obligación de los socios comerciales divulgar a YMARG informaciones sobre posibles conflictos de intereses, incluyendo eventuales intereses personales, profesionales o corporativos de algún colaborador de YMARG en tratativas comerciales.

4.3 Operaciones libres de corrupción y sobornos

La reputación de YMARG no debe ser colocada en riesgo por el ofrecimiento de ventajas o pagos indebidos. Cualquier conducta que pudiera ser encuadrada como corrupta se encuentra absolutamente prohibida por las leyes vigentes y está en contra de los patrones y principios éticos adoptados por YMARG.

En su relacionamiento con empresas y empleados del sector privado o con autoridades públicas, partidos políticos, entidades de caridad, organismos no gubernamentales (ONG), reparticiones y organismos públicos, sindicatos, jueces, etc., tanto los colaboradores de YMARG como sus socios comerciales tienen prohibido ofrecer, prometer o brindar cualquier ventaja indebida, por cualquier título que fuera, con el objetivo de mantener, garantizar o obtener a cambio un negocio para YMARG.

i. Corrupción de agentes públicos

La ley argentina prohíbe el soborno y la corrupción de agentes públicos.

Una violación a la ley puede derivar en graves penalidades para las empresas involucradas en actos de corrupción, así como en prisión para los individuos involucrados en la práctica ilícita, independientemente del cargo o nivel jerárquico. De esta manera, es necesario asegurarse que los pagos realizados por YMARG o en su nombre, sean efectuados únicamente para los fines comerciales legítimos y autorizados por la ley.

Para los fines de este Código, se entiende por corrupción la acción de prometer, ofrecer, dar o autorizar, directa o indirectamente, a cualquier agente público (nacional o extranjero), o a terceras personas relacionadas a ellos, cualquier ventaja indebida para obtener a cambio un negocio con el poder público o para influenciar o inducir a un funcionario público a practicar, omitir o retardar el ejercicio de sus funciones oficiales, en violación a sus deberes legales.

Se menciona que, además de soborno, la corrupción puede incluir una variedad de situaciones, incluyendo conflicto de intereses, fraude, extorsión, peculado, uso indebido de los activos de la empresa y de bienes públicos, entre otros, de allí que los actos de corrupción pueden tener un alcance mayor, consistiendo en una infracción aún más grave y compleja, debiendo los socios comerciales mantener políticas y procedimientos que aseguren sus operaciones libres de tales prácticas sospechosas, antiéticas y/o ilegales.

ii. Corrupción privada o soborno empresarial

No es aceptable, bajo ninguna circunstancia, que un colaborador de YMARG o de un socio comercial ofrezca, prometa o conceda cualquier ventaja indebida, directa o indirectamente, a cualquier contraparte comercial (incluidos sus colaboradores o gestores), sean contratados o subcontratados, para obtener o mantener negocios o para obtener ventajas de cualquier tipo, en beneficio propio o a favor de terceros.

iii. Relaciones de YMARG intermediadas por terceros

Los acuerdos con socios comerciales, en especial consultores, representantes u otros intermediarios no serán usados como canal de pagos indebidos a cualquier persona, incluyendo funcionarios públicos o empleados de socios comerciales o clientes.

En estas condiciones, los socios de negocios de YMARG deberán garantizar procedimientos idóneos y confiables de selección y contratación de terceros, especialmente cuando éstos deban ejercer funciones o desempeñar actividades, directa o indirectamente, a favor de YMARG.

Los honorarios y las comisiones abonados a socios comerciales que ejerzan actividades tales como de despachantes, consultores, servicios jurídicos y contables, o intermediación de cualquier naturaleza, deberán ser compatibles con los servicios prestados, estando vedado a los socios comerciales y a los colaboradores de YMARG consentir o pagar comisiones y/u honorarios que pudieran ser considerados indebidos.

4.4 Garantía de credibilidad evitando presentes comerciales y favores

La aceptación o la oferta de presentes comerciales entre colaboradores y socios comerciales podría constituir un conflicto de intereses y afectar nuestra credibilidad, exponiendo a YMARG a alegaciones de que sus decisiones comerciales no parten de factores puramente meritorios y transparentes.

Así, los socios de negocios de YMARG no deben ofrecer, obtener o aceptar presentes comerciales, así definidos como presentes en general, regalos, entretenimiento, o viajes, en su relacionamiento con los colaboradores de YMARG, ni con los demás socios comerciales existentes o potenciales en el ámbito de relacionamiento con YMARG.

Los presentes comerciales solo pueden ser ofrecidos y aceptados en forma de regalos y entretenimiento, en los términos de la Política de Regalos, Presentes y Entretenimientos PG-LEG-07. Deben ser acordes con las cortesías comúnmente aceptadas en las prácticas comerciales, y nunca pueden configurar ventajas comerciales o personales inapropiadas para cualquiera de las partes.

Ejemplos de regalos: bolígrafos, camisetas, llaveros, agendas, llaveros, calendarios, etc., que contengan el logotipo de la empresa, vinos y espumantes, obsequios de celebraciones de Fin de Año, y que no posean un valor de mercado por encima del límite de la Política de Regalos, Presentes y Entretenimientos PG-LEG-07.

Los presentes comerciales que comprometan o aparenten comprometer las habilidades de un individuo en la toma de decisiones comerciales objetivas y justas, independientemente del valor involucrado, son considerados inapropiados, y asimismo soborno empresarial.

YMARG tampoco permite el pago del costo de almuerzos o cenas de negocios, ni costos de viajes, excepto cuando estuviera previsto en el contrato suscripto por las partes.

Está expresamente vedada la posibilidad de cambiar presentes por su valor en dinero, independientemente de su valor.

Se encuentra prohibido, además, la solicitud o aceptación de asistencia financiera personal de cualquier tipo por parte de colaboradores de YMARG, de sus socios comerciales y de sus clientes.

Los socios comerciales que ofrezcan o reciban asistencia financiera personal de cualquier tipo o presentes comerciales considerados inapropiados pueden ser descalificados como tales por YMARG, a exclusivo criterio de ésta.

4.5 Respeto de la concurrencia y prácticas comerciales idóneas

Creemos en la libre concurrencia y la libre iniciativa, porque ambos garantizan la recompensa de nuestro trabajo y de nuestras innovaciones.

Todos los socios comerciales de YMARG deben cumplir las leyes que rigen sobre defensa de la competencia y antitrust, estando prohibido, entre otras prácticas:

- Fijar o discutir precios, plazos de venta u otras informaciones competitivas con los competidores, así como la concurrencia a reuniones en que asuntos de esa naturaleza sean tratados;
- Efectuar división de clientela, mercados o territorios con la competencia;
- Fijar o controlar precios de reventa a clientes;
- Emplear cualquier otra conducta o artificio que viole las leyes de defensa de la competencia y antitrust que resulte aplicable a los negocios mantenidos con YMARG.

Para mayor información, chequee la Política de Conducta Concurrencial PG-LEG-08.

4.6 Prevención de lavado de dinero y lucha contra el financiamiento del terrorismo

El lavado de dinero es un método para “disfrazar” la naturaleza y origen del dinero asociado a actividades criminales, tales como terrorismo, tráfico de drogas o soborno, a través del cual el “dinero sucio” pasa a integrar el flujo comercial, de modo que parezca legítimo y no sea posible que las autoridades identifiquen su verdadero origen o quién es su propietario.

YMARG no tolera el lavado de dinero, es un sujeto obligado en los términos de la normativa de la Unidad de Información Financiera, y no mantendrá negocios con socios comerciales que no adopten medidas de prevención para que, al realizar negocios con clientes, consultores y socios comerciales en general, garanticen que esos fondos provengan de fuentes legítimas, cumpliendo las leyes aplicables sobre el particular.

La falta de control de lavado de dinero puede implicar un grave riesgo para la reputación de YMARG y a sus socios comerciales, sobre todo en el ámbito de la comercialización de bienes suntuarios, de modo que los socios comerciales deben estar atentos, detectar y comunicar comportamientos sospechosos por parte de clientes, consultores y socios de negocios, de acuerdo a la legislación vigente.

YMARG no financiará ni mantendrá relaciones con socios comerciales que realicen actividades antisociales y/o violen los principios universales de derechos humanos, o estén ligados a esas asociaciones, grupos o fuerzas envueltas en prácticas ilícitas.

4.7 Respeto de las reglas de licitaciones y contratos administrativos

Los socios comerciales que realizaren, directa o indirectamente, venta de productos marca YAMAHA a la Administración Pública, Cuerpo Diplomático, Fuerzas de Seguridad u otros compradores especiales -entre ellos, titulares de flotas de vehículos automotores- deberán observar rigurosamente las reglas y procedimientos establecidos por YMARG,

comprometiéndose además, a colaborar en el cumplimiento de sus obligaciones legales frente a las autoridades, tanto como a preservar la marca.

Al participar en licitaciones, está terminantemente prohibido al socio comercial practicar los siguientes actos, ya sea por cuenta propia como en nombre de YMARG:

- Manipular o defraudar, bajo cualquier forma, una licitación pública;
- Mantener contactos informales con funcionarios públicos involucrados directa o indirectamente en licitaciones en curso o en fase de preparación, en la cual YMARG sea participante, directa o indirectamente;
- Mantener contactos con funcionarios públicos o competidores para acordar precios y/o intercambiar información privilegiada o cualquier otra que tenga por objetivo disminuir, defraudar, frustrar o acabar con una competencia entre competidores;
- Apartar o procurar apartar a un licitante, por medio de fraude o de ofrecimiento de ventaja de cualquier tipo;
- Impedir, perturbar o defraudar la relación de cualquier proceso licitatorio público;
- Obtener ventaja o beneficio indebido, de modo fraudulento, de modificaciones o prórroga de contratos celebrados con la Administración Pública, no autorizado por ley, ni en el pliego de licitación pública o el respectivo instrumento contractual;
- Manipular o defraudar el equilibrio económico financiero de los contratos celebrados con la Administración Pública; ó
- Practicar cualquier otro acto ilícito contra autoridades públicas en licitaciones públicas, en potencial o efectivo perjuicio de YMARG.

Eventuales infracciones a las pautas antes mencionadas implicará la rescisión automática del contrato celebrado con YMARG, sin perjuicio de la imputación de responsabilidad y aplicación de sanciones civiles y penales que pudieran corresponder.

4.8 Preservación y utilización apropiada de los activos de YMARG

Los socios comerciales tienen la obligación de proteger, preservar y reintegrar todos los materiales, equipamientos, propiedad intelectual y tecnología que YMARG les hubiera cedido en conexión con su trabajo para la empresa. Todos los activos, incluyendo marcas, diseños, materiales y know-how deben ser utilizados para los fines especificados y en los límites de los contratos firmados con YMARG.

4.9 Integridad de los registros

Todos los socios comerciales son responsables por la precisión y veracidad de los documentos, informaciones y datos reportados a YMARG o que fueran referidos a ella, y no serán aceptadas anotaciones falsas o ficticias. Ninguna información que deba ser registrada podrá ser omitida en los libros o registros del socio comercial, independientemente del motivo.

Nuestros socios comerciales están obligados cumplir con los procedimientos contables y fiscales conforme las leyes y regulaciones vigentes, y deberán mantener su contabilidad clara y adecuada a su actividad, a fin de gozar de la confianza del mercado y de la sociedad, absteniéndose de practicar cualquier acto ilegal o conducta inadecuada.

Todos los asientos en sus libros y registros deberán reflejar adecuadamente la naturaleza de las respectivas transacciones, de conformidad con la normativa vigente.

4.10 Confidencialidad

La información de YMARG compone un activo de nuestra empresa. Compartimos alguna de las informaciones por medio de comunicados, sea sobre nuestros productos y servicios o informes anuales y otros documentos dados a conocer públicamente. Cualquier otra información a la que tuvieran acceso los socios comerciales de YMARG en razón de las actividades que desarrollan junto a nuestra empresa, independientemente de su fuente, debe ser mantenida en secreto, a menos que esas informaciones se tornaran de dominio público a través de la propia YMARG.

Los socios comerciales y sus respectivos contratistas y empleados deben respetar los secretos comerciales e industriales, tanto como otras informaciones confidenciales, exclusivas y sensibles de YMARG y no pueden utilizar o revelar tales informaciones, excepto en los límites de los contratos que los vinculen con nuestra empresa, y siempre en beneficio de YMARG.

Las obligaciones del socio comercial de YMARG en relación a las informaciones confidenciales, exclusivas o sensibles de YMARG, incluyen, a modo de ejemplo:

- No revelar estas informaciones a otras personas dentro de la organización del socio comercial, excepto se base estrictamente en “necesidades de conocimiento” o “necesidades de información”;
- No revelar estas informaciones a personas fuera de la organización del socio comercial;
- No utilizar estas informaciones para beneficio propio del socio comercial o para beneficio de cualquier otra persona que no sea YMARG directamente; y
- Evitar realizar comentarios sobre las mencionadas informaciones en áreas públicas, tales como aeropuertos, transportes públicos, restaurantes y bares, elevadores, sanitarios públicos, etc..

A la finalización de su relación comercial con YMARG, todos los documentos, registros, archivos o compilaciones que contengan informaciones confidenciales o que estuvieran relacionados a tales informaciones o que deriven de éstas, deben ser reintegrados a YMARG, de acuerdo a las instrucciones que YMARG imparta al socio comercial oportunamente.

La confidencialidad de la información debe ser mantenida aún con posterioridad a la finalización de la relación comercial con YMARG. De igual manera, la información confidencial revelada a nuestros socios comerciales por otras empresas debe ser considerada como propiedad de esas empresas y no deben ser utilizadas en beneficio de YMARG.

4.11 No utilización de información privilegiada en la comercialización de bienes y servicios

Los socios comerciales que tuvieran acceso a información confidencial sobre YMARG, nuestros clientes, competidores o proveedores, no están autorizados a utilizar o compartir tales informaciones para la comercialización de bienes y servicios, o para cualquier otro fin.

Todas las informaciones sobre YMARG o sobre cualquiera de sus clientes, competidores o proveedores que no se encuentren disponibles al público en general deben ser consideradas como informaciones confidenciales, exclusivas o sensibles de YMARG.

4.12 Protección de datos

El procesamiento, registro, o para garantizar los elevados patrones de protección contra accesos y utilización no autorizados, y de modo de proteger la privacidad de terceros y la integridad de utilización de datos de YMARG o de sus clientes solamente son permitidos a los socios comerciales para los fines previamente definidos en contratos y reglamentos, de forma clara y

legítima. Los datos a los cuales tengan acceso deberán ser conservados de forma segura, adoptándose las precauciones del caso cuando se traten de información sobre las operaciones de YMARG.

La utilización de los datos debe ser transparente para las personas involucradas, cuyos derechos deben ser salvaguardados, inclusive en cuanto a la corrección de la información, y si fuera aplicable, en cuanto a las objeciones que impliquen un bloqueo o eliminación de información.

4.13 Idoneidad y responsabilidad en la relación de los socios comerciales con los clientes

El mantenimiento de relaciones comerciales basadas en la integridad, honestidad y respeto mutuo debe ser el pilar de la vinculación de YMARG y sus socios comerciales con todos los clientes y público de la marca.

Información de mala calidad puede ser malinterpretada por nuestros clientes. Solamente las informaciones claras, concretas, pertinentes y verdaderas pueden ser provistas a nuestros clientes, sea directamente por YMARG, sea por medio de los socios comerciales que la representen.

En la provisión de productos y servicios, no se admite efectuar promesas a clientes que no puedan ser razonablemente mantenidas con relación a sus características, calidad, plazos de entrega y precios, entre otros factores que demuestran nuestra idoneidad y seriedad hacia nuestro público.

4.14 Compromiso ambiental

YMARG tiene el compromiso de hacer sus productos y servicios lo más sustentables posible.

Para alcanzar esa meta, espera que sus socios comerciales trabajen comprometidos con los mismos objetivos y que sigan las mejores prácticas de gestión ambiental, incluyendo la eficiencia energética y de recursos, gestión de biodiversidad, reducción de residuos, su reciclaje y disposición final adecuada.

Los socios comerciales de YMARG, dentro de los límites de su actividad comercial, deben mantener políticas, procesos y procedimientos eficaces para administrar los impactos ambientales y para operar sus actividades de una forma que sean observadas las políticas ambientales de YMARG.

4.15 Respeto de los contratos

Es fundamental que los socios comerciales cumplan con los compromisos contractuales establecidos entre las partes. Cualquier modificación deberá hacerse de común acuerdo y por medio de una addenda al contrato correspondiente.

YMARG espera que sus socios comerciales sean garantes de los bienes o servicios contratados o derechos concedidos, directa o indirectamente, actuando también de conformidad con el presente Código.

4.16 Mantenimiento del ambiente de trabajo

Aquellos comportamientos que generen un ambiente de trabajo agresivo u ofensivo no son tolerados de acuerdo a la conducta de negocios y comportamiento ético de YMARG.

Los socios comerciales de YMARG deben asegurar en sus empresas, y en las empresas de sus respectivos proveedores, un ambiente de trabajo basado en la conducta ética de todos sus colaboradores, independientemente de su cargo, manteniéndose totalmente exento de discriminación, ofensas interpersonales, difamación, coacción, represión, intimidación, acoso sexual o moral, mobbing, violencia verbal, psicológica y física, favoritismos y otras conductas antiéticas e inidóneas.

4.17 Diversidad y no discriminación de cualquier naturaleza

YMARG respeta las diferencias de edad, sexo, origen, raza, creencias y prácticas religiosas, orientación sexual, entre otras, por lo tanto sus socios comerciales deberán obrar del mismo modo.

4.18 Respeto a los derechos humanos universales

Los socios comerciales de YMARG deben asegurar condiciones de trabajo justas e ideales, observar las disposiciones vigentes sobre jornadas de trabajo, criterios de remuneración y beneficios.

YMARG no admite, y no trabajará, bajo ningún concepto, con socios comerciales que utilicen mano de obra infantil o ilegal, trabajo equivalente a esclavo o forzado, explotación de menores y/o que realicen cualquier otra forma de abuso y explotación ilegal o irregular de trabajo.

YMARG está comprometida con el respeto a los derechos humanos, debiendo trabajar con socios comerciales que promuevan los siguientes estándares:

- Iguales oportunidades para los empleados, en todos los niveles, independientemente de sexo, raza, color, origen, nacionalidad, religión, orientación sexual o cualquier característica;
- Remuneración que permita a los empleados atender sus necesidades básicas;
- Oportunidades para que los empleados perfeccionen sus aptitudes y capacidades;
- Jornada de trabajo y pago de horas extras de acuerdo con la legislación laboral vigente; y
- Respeto a la libertad de expresión y asociación de los empleados.

Los socios comerciales tienen la responsabilidad de contratar con proveedores o terceros que actúen de conformidad con la legislación laboral vigente y estándares éticos establecidos en este Código de Conducta.

4.19 Salud y Seguridad e Higiene de los trabajadores

Los socios comerciales deben cumplir las leyes, regulaciones, normas y prácticas aplicables a Seguridad e Higiene laboral, velando por la salud y seguridad de sus empleados, incluso cuando éstos estén desempeñando tareas en las dependencias de YMARG, cumpliendo rigurosamente las normas internas de seguridad.

4.20 Inclusión de personas con capacidades especiales

YMARG ofrece igualdad y oportunidad de empleo, incluyendo, siempre que fuera posible, a personas con capacidades especiales en la composición de su nómina, debiendo sus socios comerciales adoptar igual práctica.

5. VALIDEZ Y REVISION DEL CODIGO DE CONDUCTA

YMARG se reserva el derecho de interrumpir de inmediato las relaciones con socios comerciales que no cumplieran con los requisitos impuestos en este Código, o no puedan proveer o no pudieran comprometerse a adoptar, un plan de mejorías aceptable.

El presente Código será publicado en el sitio web de YMARG, integrando todos los contratos llevados a cabo con la totalidad de los socios comerciales de YMARG, y podrá ser alterado de tiempo en tiempo por YMARG, a su exclusivo criterio, pasando la versión actualizada a integrar los referidos contratos.

El Código de Conducta y Ética de los Socios Comerciales de YMARG, es de uso de YMARG, quien posee la propiedad intelectual respecto del mismo, no pudiendo ser alterado o usado para fines diferentes de aquellos para los cuales fue creado. Su reproducción, distribución, divulgación o publicación, parcial o integral, está condicionada a la previa y expresa autorización del Departamento Legal de YMARG.

6. ANEXOS

No Aplica

PARTICIPANTES DEL CONSENSO DE ESTE DOCUMENTO

Andrea Ventrice	Jefa de Legales
Gustavo Cerri	Gerente de RRHH
Pablo Hlebszevitsch	Presidente