



# Los valores y el Código Ético del Grupo Pirelli

La identidad de nuestro Grupo se basa históricamente en un conjunto de valores que a lo largo de los años han sido asumidos y tutelados por todos nosotros; aquellos mismos valores que han permitido la consolidación y enriquecimiento de nuestra cultura empresarial.



El conjunto de reglas de las que derivan los valores de nuestra vida de empresa, junto con una clara normativa de prevención de comportamientos ilícitos han sido formalizados en el Modelo Organizativo de Grupo, del cual el Código Ético constituye el núcleo, recientemente adoptado por el Consejo de Administración de Pirelli & C. SpA.

La difusión de este documento debe hacerlo accesible a todos los empleados para su consulta. Cada individuo es requerido a ejercer la responsabilidad personal, en la cual confiamos la eficacia de este proceso normativo.

A handwritten signature in blue ink, which appears to be 'Marco Tronchetti Provera'.

Marco Tronchetti Provera  
Presidente Pirelli & C. SpA

Copyright © 2004 by Pirelli & C. S.p.A.

De acuerdo con la ley de derechos de autor (copyright) del Código Civil, está terminantemente prohibido reproducir la totalidad o parte de esta obra por cualquier medio, fotocopiando o por otra manera.

# La Misión

Pirelli es un Grupo de gran tradición industrial, líder a nivel mundial en todos los sectores en que opera. Durante más de un siglo nos hemos desarrollado como una auténtica empresa internacional, profundamente enraizada en los diferentes mercados nacionales. Nuestra fuerza competitiva ha estado y está basada en la capacidad tecnológica y de investigación, en la calidad y en la competencia profesional de nuestros recursos humanos. La atención permanente ante las exigencias de los clientes

nos permite producir y comercializar productos complejos de alta calidad, así como actuar con éxito desde nuestras diferentes sedes internacionales. Innovación e investigación, son los principales rasgos distintivos de Pirelli, la cual ha emprendido la vía de las nuevas tecnologías para convertirse en una sociedad de gestión integrada en red, desde los suministros a la producción, desde la distribución a las ventas, con el objetivo básico de crear valor.

El énfasis en la innovación y en la creación de valor ha permitido el desarrollo de nuevos negocios en el campo inmobiliario, en el cual Pirelli ha sabido distinguirse tanto en las grandes iniciativas de desarrollo como en la actividad de gestión y valorización del patrimonio. Asignamos una alta prioridad al continuo perfeccionamiento de la calidad, así como al impacto ambiental y social de los procesos y productos. Nuestros comportamientos vienen dictados por un Código Ético aplicado con coherencia y responsabilidad por todos los empleados y colaboradores del Grupo en cada lugar del mundo. La excelencia de la Corporate Governance del Grupo, reconocida a nivel

internacional, representa un esfuerzo prioritario y sistemático por parte del top management. Nuestro estilo de dirección tiene como objetivo la búsqueda del óptimo equilibrio entre la aceptación directa de responsabilidad y el trabajo en grupo, centralidad de las directrices y descentralización de las responsabilidades operativas locales. Seremos capaces de financiar nuestro continuo crecimiento con una adecuada creación de valor, en interés de los accionistas, clientes y empleados, así como en el respeto de las comunidades en las cuales opera nuestra organización.

# Índice

## LOS VALORES DEL GRUPO PIRELLI

- 6 Orientación al cliente
- 6 Responsabilidad y Orientación a Resultados
- 7 Transparencia
- 7 Innovación
- 7 Integración
- 8 Rapidez
- 8 Excelencia profesional

## LOS NUEVE ARTÍCULOS DEL CÓDIGO ÉTICO DEL GRUPO PIRELLI

- 9 Artículo 1 - Introducción
- 9 Artículo 2 - Objetivos y Valores
- 11 Artículo 3 - Accionistas
- 12 Artículo 4 - Clientes
- 12 Artículo 5 - Comunidad
- 13 Artículo 6 - Recursos Humanos
- 14 Artículo 7 - Medio ambiente
- 14 Artículo 8 - Información
- 15 Artículo 9 - Respeto del Código

# Los valores del Grupo Pirelli

## ORIENTACIÓN AL CLIENTE

Comprender el mercado en el que opera Pirelli y considerar las consecuencias que las propias acciones y comportamientos pueden

tener sobre los clientes. Aprovechar las oportunidades que la propia posición ofrece para comprender al cliente y sus exigencias.

## RESPONSABILIDAD Y ORIENTACIÓN A RESULTADOS

Apostar con determinación hacia la consecución de los resultados, comprometiéndose

personalmente a definir los programas, revisar los progresos y actuar a través de acciones concretas.

## TRANSPARENCIA

Ser francos y honestos en cuanto a los resultados financieros. Estar preparados para expresar la propia opinión y a disentir si se tiene una opinión diferente.

Aceptar diferentes puntos de vista y exhortar al cambio. Favorecer el intercambio de información en todos los niveles de la empresa.

## INNOVACIÓN

Ser los primeros en imaginar soluciones novedosas en términos de producto/servicio/proceso. Perseguir la excelencia y no dar por buena la mediocridad

como nivel satisfactorio. Buscar siempre nuevas vías para mejorar los procesos y los sistemas actualmente existentes.

## INTEGRACIÓN

Comprender en qué modo un comportamiento específico se encuadra en un contexto

empresarial más amplio. Cooperar de forma transversal entre las diferentes funciones

de la empresa y las diferentes localizaciones geográficas en dirección a alcanzar el objetivo común.

Incrementar la eficiencia, minimizando la duplicidad de esfuerzos.

## RAPIDEZ

Percibir la necesidad de tener siempre a punto soluciones que satisfagan a los clientes, anticipándonos a la competencia.

Reaccionar con presteza ante las exigencias de mejora para encontrar de forma eficaz la solución más adecuada.

## EXCELENCIA PROFESIONAL

Disponer del know-how técnico necesario y utilizar esta capacidad para ser los primeros.

Trabajar de forma metódica, respetando las reglas y disfrutando con aquello que se hace.

# Los nueve artículos del Código Ético del Grupo Pirelli

## ARTÍCULO 1 - INTRODUCCIÓN

El Grupo Pirelli informa a todos los miembros internos y externos al Grupo de los principios contenidos en el presente Código, con la

convicción de que la ética es un fin a perseguir en la gestión de los negocios junto con el éxito de la empresa.

## ARTÍCULO 2 - OBJETIVOS Y VALORES

El objetivo principal de las Sociedades del Grupo es la creación de valor para el

accionista. A este fin están orientadas las estrategias industriales y financieras y las

consiguientes conductas operativas, inspiradas en la eficiencia del empleo de los recursos.

Las Sociedades del Grupo en la persecución de tal finalidad se atienen imprescindiblemente a los siguientes principios de comportamiento:

- como miembros activos y responsables de las comunidades en que operan, se comprometen a respetar y hacer respetar en su interior y en las relaciones con el mundo exterior las leyes vigentes de los Estados en que desarrollan la propia actividad y los principios éticos comúnmente aceptados y ratificados por las normas internacionales en la gestión de los negocios: transparencia, corrección y lealtad;

- Rechazan y condenan las conductas ilegítimas o de algún modo incorrectas (hacia la comunidad, las autoridades públicas, los clientes, los trabajadores, los inversores y los competidores) para alcanzar sus propios objetivos económicos, que son perseguidos exclusivamente a través de la excelencia de nuestros resultados en términos de calidad y conveniencia de los productos y servicios, basados en la experiencia, en la atención al cliente y en la innovación;
- crean instrumentos organizativos y pautas de actuación con el fin de prevenir la violación de los principios de legalidad, transparencia, corrección y

- lealtad por parte de los propios empleados y colaboradores, bajo su propia observación e implementación;
- aseguran al mercado, a los inversores y a la comunidad en general, incluso en la salvaguardia de la competencia de las respectivas empresas, una total transparencia en su actuación;
- se comprometen a promover una competencia leal, que consideran fundamental en su mismo interés así como en el de todos los operadores de

- mercado, de los clientes y de los stakeholders en general;
- persiguen la excelencia y la competencia en el mercado, ofreciendo a nuestros clientes servicios de calidad, que respondan en modo eficiente a sus exigencias;
- tutelan y valoran los recursos humanos de los cuales se valen;
- emplean los recursos responsablemente, teniendo como meta un desarrollo sostenible, con respeto al medio ambiente y a los derechos de las futuras generaciones.

### ARTÍCULO 3 - ACCIONISTAS

Las Sociedades del Grupo se comprometen a garantizar igualdad de trato a todas las

categorías de accionistas, evitando comportamientos discriminatorios. Las ventajas

que se derivan de la pertenencia a un grupo de empresas persiguen el respeto de las normativas aplicables y

el interés autónomo de cada Sociedad en la creación de valor.

## ARTÍCULO 4 - CLIENTES

Las Sociedades del Grupo basan la excelencia de los productos y servicios ofrecidos en la atención a los clientes y en la disponibilidad para satisfacer sus necesidades. El objetivo

perseguido es el de garantizar una respuesta inmediata, experta e idónea ante las exigencias de los clientes, a través de un comportamiento correcto, cortés y de colaboración.

## ARTÍCULO 5 - COMUNIDAD

Las Sociedades del Grupo pretenden contribuir al bienestar económico y al crecimiento de las comunidades en las cuales se encuentren y operar a través

de la prestación de servicios eficientes y tecnológicamente avanzados. De acuerdo con estos objetivos y con las responsabilidades asumidas

con los diferentes stakeholders, las Sociedades del Grupo consideran la investigación e innovación, condiciones prioritarias de éxito y crecimiento.

Las Sociedades del Grupo mantienen con las Autoridades locales, nacionales e internacionales relaciones basadas en la plena y efectiva colaboración y transparencia, en el respeto de la recíproca autonomía, de los objetivos económicos y de los valores contenidos en este Código.

Las Sociedades del Grupo

tienen en consideración y, si procede, ofrecen ayuda a iniciativas sociales, culturales y educativas orientadas a la promoción de la persona y a la mejora de sus condiciones de vida.

Las Sociedades del Grupo no asignan pagos, ventajas u otros beneficios a los partidos políticos o a las organizaciones sindicales de los trabajadores, ni tampoco a sus representantes o candidatos, en el innegable respeto de la normativa vigente.

## ARTÍCULO 6 - RECURSOS HUMANOS

Las Sociedades del Grupo reconocen la importancia primordial de los recursos

humanos con la convicción de que el factor principal de éxito de toda empresa

está constituido por la colaboración profesional de las personas que en ella trabajan, dentro de un marco de lealtad y confianza mutua. Las Sociedades del Grupo tutelan la seguridad y la salud en los puestos de trabajo, considerando fundamental para la práctica de la actividad

económica, el respeto a los derechos de los trabajadores. La gestión de las relaciones laborales está orientada a garantizar la igualdad de oportunidades y a favorecer el crecimiento profesional de todos nuestros colaboradores.

## ARTÍCULO 7 - MEDIO AMBIENTE

Las Sociedades del Grupo creen en el crecimiento global sostenible en el interés común de todos los stakeholders, actuales y futuros. Las decisiones de inversión y de negocios son por tanto adoptadas en el marco del respeto del medio ambiente y de la salud pública. Con innegable respeto

por la normativa vigente, las Sociedades del Grupo tienen en cuenta las problemáticas medioambientales a la hora de definir sus propias decisiones, incluso mediante la adopción de particulares tecnologías y métodos de producción - donde sea operativa y económicamente

viables - que permitan reducir, inclusive más allá de los límites legales, el impacto

medioambiental de las propias actividades.

## ARTÍCULO 8 - INFORMACIÓN

Las Sociedades del Grupo son conscientes de la importancia que una correcta información de las propias actividades tiene para el mercado, los inversores y la comunidad en general. Sin menoscabar las exigencias de discreción requeridas por la gestión del negocio, las Sociedades del Grupo asumen

consecuentemente la transparencia como objetivo propio en las relaciones con todos los stakeholders. En particular, las Sociedades del Grupo comparten con el mercado y con los inversores el respeto por los criterios de corrección, claridad e igualdad de acceso a la información.

## ARTÍCULO 9 - RESPETO DEL CÓDIGO

Están obligados a respetar el presente Código, todos los órganos sociales, directivos y

empleados del Grupo, así como todos los colaboradores externos, sean asesores,

proveedores, etc.

Las Sociedades del Grupo se comprometen a la implantación de procedimientos, instrucciones o reglamentos específicos que aseguren que los valores aquí definidos se reflejen

en el comportamiento concreto de cada una de ellas, así como de todos los empleados y colaboradores, previendo - si procede - mecanismos de sanción explícitos para posibles incumplimientos.



[www.pirelli.com](http://www.pirelli.com)

