

CÓDIGO DE ÉTICA EMPRESARIAL



THE
PLACE
TO BE

Contenido

I. Introducción.....	3
Objetivo:.....	4
Alcance	4
Marco legal	4
Misión, Visión y Valores.....	4
Valores:.....	5
Confidencialidad.	5
Soborno	8
Corrupción.	8
Fraude.	8
Prevención de lavado de dinero, activos y financiamiento al terrorismo.....	9
Conflicto de Interés.....	10
Buen uso de los recursos.	11
Cuidado del medio ambiente.	11
Seguridad y salud en el trabajo.	11
Inducción y Capacitación	12
Prácticas prohibidas.....	12
Violencia contra la mujer.....	13
Acoso sexual.	13
Trabajo Infantil.	13
Trabajo forzado.....	14
Abuso en el trabajo.....	14
Limitación a la libertad de asociación.	14
Discriminación	14
Compromiso de los socios de negocio.	15
Canales de denuncia.	15
Régimen Sancionatorio.....	16
Control de cambios y actualización.....	16
Anexos.....	18

I. Introducción

El principio rector de este código de ética es establecer los valores y las normas que guían el comportamiento de los colaboradores y la gestión de prevención de lavado de dinero y de activos de VISUAL BRANDING.

Los principios, criterios y pautas de actuación establecidos en el presente Código son de obligado cumplimiento para todos los colaboradores incluyendo estas: Gerencias, Jefaturas, Administrativos, y personal operativo. En virtud de lo anterior, todo el personal que ingrese posteriormente a VISUAL BRANDING debe conocer el presente Código para su eficaz conocimiento y aplicación.

VISUAL BRANDING, a través de sus órganos de administración y su normativa interna, ha asumido un conjunto de criterios orientados a prevenir el riesgo de que sus servicios y productos sean utilizados como vía para el lavado de dinero y de activos o cualquier actividad delictiva. En virtud de lo anterior, es responsabilidad de todos los colaboradores e integrantes de la empresa, conocer dichos lineamientos y contribuir a preservar la integridad corporativa, mediante el cumplimiento de los mismos.

Las pautas generales contenidas en el presente Código han sido establecidas para que todos los colaboradores de la empresa, las apliquen en el desarrollo de sus funciones así como en su relación de negocios con profesionales, proveedores y clientes, dentro de un marco ético, por tanto el incumplimiento de este Código puede dar lugar a sanciones laborales, sin perjuicio de las administrativas o penales que, en su caso, puedan también resultar de ello.

La empresa se reserva el derecho a modificar o actualizar este Código de ética y en el momento que lo considere necesario, por medio de su Junta General de Accionistas y la Administración Superior.

En caso de existir diferencias entre este Código y cualquier política, normativa o disposición hecha pública por la empresa a su personal, prevalecerá la que implique el mayor nivel de exigencia ética.

Objetivo:

El presente Código de Ética tiene por objeto establecer las bases de comportamiento ético que deberán de seguir los colaboradores de VISUAL BRANDING, independientemente de su nivel jerárquico, el comportamiento de cada uno de ellos deberá fundarse en la integridad, responsabilidad y transparencia.

Alcance

El cumplimiento de este Código será responsabilidad personal e indelegable de todos y cada uno de los miembros que constituyen la estructura administrativa y operacional de VISUAL BRANDING, S.A. DE C.V., y por ello, una vez informados acerca de su contenido, al ser implementado no podrán justificar su incumplimiento por desconocimiento o por instrucciones recibidas en contrario de cualquier nivel jerárquico.

Marco legal

- Constitución de El Salvador
- Código de Trabajo
- Reglamento Interno de Trabajo
- Ley Contra el Lavado de Dinero y de Activos
- Reglamento de la Ley Contra el Lavado de Dinero y de Activos
- Instructivo de la Unidad de Investigación Financieras “UIF”
- Recomendaciones del GAFI.

Misión, Visión y Valores.

Misión: Crear experiencias de compra por medio de soluciones integrales, innovadoras y rentables, que permitan impulsar el desarrollo sostenible y fidelizar al consumidor con cada marca en el punto de venta a través del compromiso, calidad y eficiencia.

Visión: Fortalecer nuestra presencia en América y fidelizar nuevos mercados al brindar soluciones innovadoras, tecnológicas, rentables y eficientes, que generen valor social, económico y ambiental sostenible, gestionando modelos de negocio

innovadores y exitosos, con el mejor talento humano.

Valores:

PASIÓN | RESPETO | COMPROMISO | INNOVACIÓN | EXCELENCIA
|
COOPERACIÓN | INTEGRIDAD | SEGURIDAD

Confidencialidad.

Todos los colaboradores deben guardar reserva y discreción sobre los secretos comerciales propios de la institución, datos de clientes, usuarios, proveedores y de ellos mismos, que conozcan en desarrollo de sus funciones y labores, evitando que se deriven perjuicios con la divulgación de ciertos aspectos que por razones comerciales, personales o legales no deban ser de libre acceso a personas dentro de la misma institución así como de terceros ajenos a esta.

De igual forma, deben de mantener total confidencialidad sobre los documentos de trabajo y la información que esté a su cuidado. Por lo tanto, se debe controlar y evitar que en cualquiera de las áreas de VISUAL BRANDING se haga uso indebido de dicha información o que la misma sea conocida por personas que no tengan autorización para ello.

Así mismo no deben revelarse ni transferirse a terceras personas las tecnologías, metodologías, secretos comerciales o estratégicos que pertenezcan a VISUAL BRANDING, sus clientes o proveedores, a los que hayan tenido acceso con ocasión de su cargo. En ese sentido, los colaboradores no deben de obtener ni intentar obtener el acceso a información que represente secretos comerciales o estratégicos en forma ilegítima.

Datos sometidos a confidencialidad.

Todos los colaboradores de Visual Branding tienen el deber de guardar la confidencialidad de la información que les sea confiada, sin importar el área a la cual pertenezcan, guardando el debido recelo y manteniendo siempre una conducta ética, no divulgando por ningún medio ningún tipo de información confidencial a la que pueda tener acceso, ya sea con personas de otras áreas o con personas externas a la empresa.

Divulgar información confidencial que puede incluir sin limitar a:

- Estados financieros o de resultados que no hayan sido presentados públicamente.
- Datos de clientes, accionistas, intermediarios o proveedores.
- Proceso de negocio, de apoyo o información sobre infraestructura tecnológica.
- Investigaciones realizadas o reportes de operaciones sospechosas relacionadas con el lavado de dinero, activos y financiamiento del terrorismo.
- Datos que comprometan la seguridad y los activos por acciones fraudulentas.
- En general, cualquier información que pueda poner en condición de desventaja a VISUAL BRANDING frente a la competencia.
- Tomar como propias o comercializar las creaciones, software, manuales, descubrimientos y mejoras en los procedimientos elaborados y patrocinados por VISUAL BRANDING.
- Presentar conductas indebidas en reuniones sociales, internas o externas que comprometan la imagen de VISUAL BRANDING.
- Promover la parcialidad, prejuicio, discriminación, acoso, hostigamiento o burla con clientes, proveedores, colaboradores y compañeros de trabajo.
- Consumir sustancias alcohólicas en ambientes públicos o reuniones sociales que favorezcan a una conducta que comprometa la imagen de VISUAL BRANDING.
- Distribuir o consumir cualquier tipo de drogas, ya sea controladas o no controladas.
- Asistir a trabajar bajo los efectos de bebidas alcohólicas o drogas.
- Irrespetar a los demás con juegos o bromas de mal gusto.

- Portar armas o explosivos de cualquier tipo en las instalaciones de VISUAL BRANDING (salvo el personal autorizado).
- Promover o realizar rifas, colectas, ventas o préstamos con clientes, proveedores, colaboradores o compañeros de trabajo.
- Aplicar incorrectamente o sin la debida diligencia la política de conocimiento del cliente y la actualización de su información, así como los procesos de prevención de lavado de dinero, activos y financiamiento del terrorismo que se encuentran en los manuales para tal fin.
- Promover o facilitar a clientes y proveedores y demás grupos de interés, prácticas que tengan como objetivo la evasión o elusión fiscal.
- Efectuar transferencias de información entre áreas de la compañía en contravención a los acuerdos de confidencialidad suscritos.
- Proporcionar información a terceros que comprende negocios o asuntos privados de los clientes, salvo en los casos previstos en las leyes aplicables.

Para garantizar la Confidencialidad de la Información, VISUAL BRANDING exigirá al iniciar la relación laboral a todos los colaboradores, una declaración jurada de su conocimiento y compromiso adquirido en esta materia, la cual será actualizada anualmente. Estas obligaciones continúan incluso después de su vinculación laboral con VISUAL BRANDING, respecto de la información a que haya tenido acceso en función de su cargo.

Con relación a lo anterior deberá abstenerse de:

Proporcionar información o suministrar documentación de las operaciones realizadas por los clientes o usuarios a personas distintas del mismo cliente o usuario, sus beneficiarios o autorizados, representantes o apoderados y de las autoridades u organismos facultados por la ley.

Proporcionar información sobre las operaciones de clientes o usuarios a los colaboradores de la propia entidad, salvo cuando el suministro de dicha información sea estrictamente necesario para el cumplimiento de sus funciones como colaborador de VISUAL BRANDING.

Comunicar o divulgar información reservada que pudiera dañar la imagen o el prestigio de VISUAL BRANDING o de terceras personas.

Además, los colaboradores deberán abstenerse, so pena de ser sometidos a los procedimientos internos de amonestación o desvinculación sin responsabilidad patronal y de las posteriores responsabilidades penales atribuidas por la comisión de conductas delictivas que pudiesen afectar a la empresa o a terceros, como pudieran ser las siguientes

Soborno

Dar o recibir por parte de una persona algo de valor (dinero, regalo, préstamos, recompensas, favores, comisiones o entretenimiento) como una forma de incitación inapropiada para la obtención de negocios o cualquier otro beneficio.

Corrupción.

Realizar u omitir deliberadamente actividades para obtener un beneficio para sí o para terceros bajo una de las siguientes modalidades:

- Pasiva: aceptación de sobornos provenientes de terceros hacia nuestros colaboradores, con el fin de que sus acciones u omisiones beneficien a ese tercero.
- Activa: Ofrecimiento de sobornos provenientes de colaboradores hacia funcionarios gubernamentales o terceros, de manera directa o indirecta, con el fin de que las decisiones, acciones u omisiones beneficien a la compañía o a un colaborador.

Fraude.

Es el acto por medio del cual, una persona altera busca para si o para otro un provecho injusto mediante el engaño o cualquier otro medio de sorprender la buena fe.

Se consideran las siguientes conductas como fraude:

- Alteración de la información y documentos de Visual Branding para obtener un beneficio particular.
- Generación de reportes con base a información falsa o inexacta.
- Uso indebido de información interna o confidencial.
- Conductas deliberadas en los procesos de contratación y licitaciones con el fin de obtener un beneficio propio o de terceros.

- Destrucción u ocultamiento de información, registros o de activos.
- Cualquier acto intencional en búsqueda de un beneficio propio o de terceros.

Además, con el objetivo de detectar cualquier tipo de conducta delictiva que pudiese afectar los intereses de tanto de la sociedad como de terceros, los colaboradores están obligados a cumplir con los requisitos del sistema de gestión de la seguridad de la cadena de suministros, con el objetivo de garantizar la transparencia en las operaciones.

Prevención de lavado de dinero, activos y financiamiento al terrorismo.

Los colaboradores deberán de garantizar el cumplimiento de las normas, políticas y procedimientos encaminados a prevenir y controlar el lavado de dinero y activos, para lo cual se deberá tener en cuenta lo siguiente:

Velar por que todos los clientes y proveedores vinculados a VISUAL BRANDING reúnan los requisitos de calidad y carácter, tales que, haya siempre una integridad moral reconocida y una actividad lícita y transparente de acuerdo con lo establecido en la Ley de Prevención de Lavado de Dinero y Activos y su Reglamento, Manual de Procedimientos para la Prevención de Lavado de Dinero y Activos y Financiamiento al Terrorismo y demás normativa local e internacional. La capacidad económica de los clientes debe ser concordante con su actividad y con los movimientos u operaciones que realice con la empresa.

Anteponer la observancia de los principios éticos al logro de las metas comerciales, considerando que es primordial generar una cultura orientada a cumplir y hacer cumplir las normas establecidas para la prevención y detección del lavado de dinero y activos.

Considerar las políticas adoptadas en el tema de prevención de lavado de dinero y activos y financiamiento del terrorismo en las decisiones relacionadas con la búsqueda de nuevos negocios, la apertura de operaciones en nuevas jurisdicciones, nuevos productos y la modificación de los actuales negocios.

Verificar que los procedimientos, metodologías y herramientas a su cargo, consideren todas las políticas adoptadas por la Junta Directiva en materia de prevención de lavado de dinero y de activos y financiamiento del terrorismo, y que las autoevaluaciones de riesgo correspondientes se realicen periódicamente.

Cuando se conozca información sobre alguna actividad

sospechosa de un cliente, usuario, proveedor o colaborador, debe darse aviso inmediato al Oficial de Cumplimiento para prevenir repercusiones desfavorables y enviar los reportes del caso a la autoridad competente.

Conflicto de Interés.

Existe un conflicto de intereses, real o potencial, cuando las relaciones del personal con terceros pudieran afectar los intereses de VISUAL BRANDING.

En sus relaciones con clientes, proveedores, contratistas y competidores; los colaboradores deben privilegiar los intereses de VISUAL BRANDING por sobre cualquier situación que pudiera representar un beneficio personal real o potencial para sí mismo o para personas allegadas.

VISUAL BRANDING realizará una evaluación de sus proveedores, tomando en cuenta los aspectos personales, judiciales, crediticios y comerciales con el fin de confirmar la existencia y verificar que con su relación comercial, la empresa no será afectada en su imagen y no exista exposición a riesgo reputacional.

Cuando se presenten conflictos de interés de los colaboradores de VISUAL BRANDING deben abstenerse de:

Participar en actividades, negocios u operaciones que puedan perjudicar el cumplimiento de sus deberes y responsabilidades o afectar el buen funcionamiento de la empresa.

Realizar cualquier negocio u operación con fundamento en sentimientos de amistado enemistad.

Abusar de su condición de colaborador de VISUAL BRANDING para obtener beneficios para sí o para terceros, relacionados con los servicios que presta la empresa, ni para obtener beneficios personales de proveedores, contratistas, clientes o usuarios.

En el momento en que se presente una situación en la cual los intereses de los colaboradores se enfrenten con los de VISUAL BRANDING, en actividades personales o en el trato con terceros, ya sean proveedores, contratistas, clientes, accionistas u otros, deberá analizarse la operación con base en las normas legales que la rigen, los manuales y procedimientos establecidos por VISUAL BRANDING.

Si el conflicto de interés tiene como consecuencia, una

afectación en la imparcialidad, libertad e independencia de la toma de decisión, el colaborador deberá abstenerse de tomar una decisión y deberá de informar a su jefe inmediato, de tal manera, que sea este el que decida en sustitución de su representado.

Con el objetivo de prevenir cualquier tipo de conflicto de interés que pudiese surgir entre un colaborador de Visual Branding y un tercero ya sea este cliente o proveedor, Visual Branding estandarizara los procesos de licitación en el área de compras y la Debida Diligencia de Clientes y proveedores.

Buen uso de los recursos.

Los activos de VISUAL BRANDING deben ser utilizados con prudencia y responsabilidad debiendo ajustarse a las políticas para asegurar un buen uso en beneficio de la empresa, para los fines específicos y por las personas autorizadas. El uso de la información destinados al proceso y conservación de información debe ajustarse a las normas externas e internas, por lo tanto, se vigilará su uso y aprovechamiento.

Cuidado del medio ambiente.

Visual Branding se compromete a contribuir de manera significativa al respeto del medio ambiente, especialmente a través de su eficacia y su responsabilidad económica y social, y de un uso razonable de los recursos sumados a la optimización de sus procesos de producción en sus instalaciones y ello, en todos los países donde opera . Visual Branding desarrolla iniciativas que toman en cuenta la protección de los recursos naturales y del medio ambiente.

Seguridad y salud en el trabajo.

Para Visual Branding la integridad física , seguridad y salud en el trabajo es un eje fundamental en todas las operaciones de la empresa, para lo cual se toman acciones necesarias para asegurar su cumplimiento tales como: a) Promover y mantener lugares y condiciones de trabajo seguros y saludables. b) Proporcionar el equipo de seguridad adecuado al personal c) Desarrollar una cultura de seguridad entre todo el personal.

Inducción y Capacitación

Todos los colaboradores de nuevo ingreso deberán recibir el programa de inducción del Código de Ética y cursos requeridos de conformidad a lo establecido en la regulación aplicable, cada año será necesario brindar una capacitación especial sobre temas de ética corporativa, prevención de lavado de dinero y activos, prevención del financiamiento al terrorismo y prevención de la proliferación de armas de destrucción masiva, transparencia y otro que se considere necesario.

Se colocará una copia del Código de ética en un sitio común y visible dentro de la empresa para lectura y consulta de todos los colaboradores. En caso de existir puntos incomprensibles, deberán consultar a su jefe inmediato, gerente de área u oficial de cumplimiento.

Prácticas prohibidas.

Se entiende por prácticas prohibidas a aquellas situaciones que por sus características son altamente susceptibles de generar conflictos de interés o que implique la actuación de un colaborador de VISUAL BRANDING para obtener un provecho indebido para sí o para terceros. Los actos o prácticas prohibidas pueden involucrar a clientes, proveedores, representantes, competidores, colaboradores, excolaboradores y directivos.

Se consideran prácticas prohibidas las siguientes:

El personal, no deberá aceptar obsequios o atenciones de cortesía mayores a cincuenta dólares americanos, aun cuando a su juicio y al de un observador imparcial, se pueda interpretar que no están destinados a obtener ventajas indebidas. El departamento de Talento Humano y el oficial de cumplimiento harán el valúo del obsequio o cortesía para garantizar el cumplimiento de dicha prohibición. En el caso la cortesía o invitación sea mayor al monto mencionado, el colaborador deberá comunicarlo a Talento Humano para que dicha regalía u obsequio sean rifados entre los colaboradores. Talento Humano notificará de esta acción al Gerente de área para su conocimiento.

Efectuar o definir contratos, o tomar decisiones que favorezcan arbitrariamente a familiares. En toda operación se debe cumplir con los procedimientos definidos y las condiciones de negocio/trabajos vigentes.

Abstenerse de aconsejar la realización de una operación, con base en información privilegiada que conozcan con ocasión de las actividades que desarrolla o en razón de su cargo.

Realizar operaciones con personas sobre las cuales existan indicios de que participan o han participado en actividades ilícitas.

Agredir, maltratar o cometer cualquier forma de humillación, malos tratos o abusos, ya sean físicos, psicológicos o verbales, trato desconsiderado u ofensivo y en general todo tipo de discriminación.

Violencia contra la mujer

Se prohíbe dentro de la institución cualquier tipo de violencia contra las mujeres, sea esta de cualquier tipo, económica, sexual, emocional, patrimonial, física, verbal o de cualquier otra índole, Visual Branding lucha constantemente en mantener un ambiente seguro en el cual las mujeres puedan desarrollarse plenamente.

Se considera como violencia contra la mujer cualquier conducta que lesione, denigre o violenta cualquiera de los derechos anteriormente descritos en perjuicio de las colaboradoras de Visual Branding.

Acoso sexual.

Se considera acoso sexual a cualquier tipo de conducta inapropiada, en contra de la libertad sexual de un colaborador de Visual Branding de manera reiterada, el acoso puede incluir “acoso sexual” o avances sexuales indeseados, solicitudes de favores sexuales y otro tipo de acoso verbal o físico de naturaleza sexual.

Visual Branding rechaza cualquier tipo de acto o conducta que menoscabe la integridad física y psicológica de nuestras colaboradoras, en caso de conductas catalogadas como delitos sexuales en contra de alguna de ellas Visual Branding dará parte inmediatamente a las autoridades correspondientes.

Trabajo Infantil.

En Visual Branding, el trabajo infantil se encuentra prohibido salvo las excepciones legales que regula el código de trabajo, sin perjuicio de sostener la prohibición de cualquier forma de exportación de carácter laboral y de cualquier otra índole.

Como parte del compromiso asumido por Visual Branding en pro del cuidado de la

niños y adolescencia y tomando en cuenta el alto grado de vulnerabilidad de estos sectores, se establece una política de cero trabajos infantiles.

Trabajo forzado.

En Visual Branding, se encuentra prohibida cualquier forma de esclavitud, trata de personas y cual sea la forma de explotación que pudiera sufrir una persona, así mismo, mantener relaciones con cualquier tipo de empresa que fomente la explotación forzada.

Tomando en cuenta los convenios establecidos por la Organización internacional del trabajo, Visual Branding en aras de prevenir la trata de personas por motivos de explotación, prohíbe que cualquiera de sus autoridades fomente prácticas de trabajo forzoso.

Abuso en el trabajo.

Se encuentran prohibidas cualquier tipo de practica de abuso laboral ya sea este de carácter sexual, laboral, psicológica o económica, así como cualquier conducta análoga a las anteriores, por parte de cualquier persona relacionada con Visual Branding.

Cualquier tipo de maltrato en el cual intervenga una posición de abuso de jerarquía, o aprovechamiento por parte de una persona, en detrimento de la dignidad de un trabajador, es necesario que todas las relaciones de trabajo sean realizadas de manera cordial y ética.

Limitación a la libertad de asociación.

Reconocemos el derecho de asociación de todos los colaboradores de Visual Branding de carácter lícito y que no perturbe el orden público y privado, ya sean estas de carácter original, laboral, deportivo, educativo, religioso etc.

Discriminación

Se prohíbe cualquier tipo de discriminación de la cual pudiera ser objeto cualquiera de los integrantes de la Visual Branding, sea esta de carácter, sexual, económico, racial, político, religioso etc.

Se debe garantizar que en los procesos de selección de personal se establezcan procesos transparentes y libres de cualquier tipo de prejuicio, discriminación y que dichos procesos sean basados en datos veraces y evaluaciones de mérito.

Así mismo, Visual Branding debe establecer que en sus procesos de selección criterios de inclusión y no discriminación de los colaboradores nuevos y para los que ya se encuentren laborando para la empresa.

En caso de que un colaborador sea víctima de cualquier tipo de discriminación o abuso de carácter sexual, Visual Branding seguirá el procedimiento establecido por el código de trabajo y el reglamento interno de trabajo, así como sus procesos de sancionatorios y de despido si fuese necesario, así como facilitará a la víctima la asesoría necesaria para que pudiese reclamar ante las instancias correspondientes las acciones legales que este crea conveniente ya sean de carácter civil o penal.

Compromiso de los socios de negocio.

Los socios de negocio que entablen relaciones comerciales, laborales con Visual Branding deberán comprometerse a cumplir dentro de sus organizaciones con todas las prácticas y el respeto a los derechos contenidos en este código de ética dentro de sus instituciones.

Canales de denuncia.

Para poder manifestar cualquier incumplimiento de este código de ética, todo colaborador cuenta con la disponibilidad de los canales de denuncia por medio de correo electrónico , sitio web de VISUAL BRANDING o en los buzones de denuncias que están distribuidos en las instalaciones de la empresa. Las denuncias realizadas podrán ser anónimas si así lo desea el colaborador. Cualquiera sea la forma de denuncia, el comité de ética la tratarán de manera confidencial.

Se prohíbe todo tipo de represalia hacia toda persona ya sea interna o externa de la compañía que realice denuncias mediante los medios anteriores o actúe de buena fé en las investigaciones en donde se presuma incumplimiento a este código u otros lineamientos internos.

Régimen Sancionatorio

Todos los colaboradores de VISUAL BRANDING que voluntariamente o con culpa grave incurran en conductas que violen los principios éticos y las normas regidas en el presente Código, deben ser sancionados de acuerdo con lo previsto en el Reglamento Interno de Trabajo ,procedimiento sancionatorio de incumplimiento del código de ética o según lo determine la evaluación efectuada para tal efecto.

El incumplimiento de cualquiera de las normas faculta a VISUAL BRANDING, de acuerdo con el tipo de falta en que se incurra, ya sea leve, moderada o grave, a aplicar sanciones que van desde una llamada de atención verbal hasta el despido sin responsabilidad para el patrono. Además, en casos especiales se podrán tomar acciones legales en contra de los infractores, dependiendo de las leyes vigentes en el país.

Para asegurar un proceso justo y transparente, toda persona sujeta a una **acción disciplinaria** resultante de una investigación sobre presuntas violaciones a este Código de Ética tendrá el **derecho de apelar** la decisión. La apelación deberá presentarse por escrito ante el comité de ética en un plazo no mayor a **tres días hábiles** contados a partir de la notificación de la acción disciplinaria. La apelación deberá fundamentarse en la existencia de un error en el procedimiento aplicado, la aparición de nueva evidencia relevante no disponible previamente, o una desproporción clara entre la falta y la sanción impuesta. El comité de ética revisará la documentación, considerará los argumentos presentados y emitirá una decisión final que será comunicada por escrito al apelante, garantizando así la equidad y el debido proceso.

Control de cambios y actualización.

El presente código de ética deberá ser revisado por lo menos una vez al año o cuando se modifique cualquier norma ya sea interna de la sociedad o a nivel nacional.

Aprobado por:

Ricardo Lucas Salas
Representante Legal.

Vigente a partir de: agosto de 2023.

FIN DEL DOCUMENTO.

Anexos.

PROCESO SANCIONATORIO POR INCUMPLIMIENTO DEL PERSONAL AL CÓDIGO DE ÉTICA Y REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO

Objetivo

Establecer el procedimiento aplicable para investigar y sancionar los actos que constituyan incumplimiento al Código de Ética y Reglamento Interno de Trabajo de Visual Branding.

Ámbito de aplicación

Este procedimiento se aplica a todos los colaboradores, contratistas o personas vinculadas a la empresa, que incurran en faltas éticas conforme a lo establecido en el Código de Ética y Reglamento Interno de Trabajo.

Principios rectores

El proceso sancionatorio se desarrollará bajo los principios de:

- Legalidad
- Imparcialidad
- Presunción de inocencia
- Debido proceso
- Proporcionalidad
- Confidencialidad

Inicio del Proceso Sancionador

A- Detección del posible incumplimiento

La posible infracción podrá ser detectada por:

- Denuncia formal de cualquier persona.
- Auditorías internas o externas.
- Observaciones realizadas por superiores o comités internos.
- Medios electrónicos o documentación institucional.
- Denuncias directamente presentadas al departamento de Talento Humano

El Comité de Ética revisará la denuncia para determinar si tiene mérito suficiente y se abrirá la investigación y el expediente correspondiente.

Miembros del Comité de Ética:

El Comité de Ética estará conformado por un mínimo de tres (3) y un máximo de cinco

(5) miembros titulares.

- **Miembro de la junta directiva**
- **Talento Humano:** Para aportar conocimiento sobre los vínculos laborales, reglamentos internos y medidas disciplinarias.
- **Área Legal:** Para asegurar el cumplimiento de la normativa y el debido proceso.
- **Representante especializado (depende del tipo de denuncia)**
 - **Lavado de dinero y/o Financiero (área de cumplimiento y Gerencia de Finanzas)**

B- Investigación

C- Notificación del colaborador implicado en la denuncia: será notificado formalmente del inicio del proceso, con detalle de los hechos, y su derecho a declarar.

D- Recopilación de evidencias o pruebas

Durante esta fase se podrán recabar documentos, testimonios, grabaciones u otros medios pertinentes, garantizando objetividad, imparcialidad y confidencialidad.

E- Resolución

F- Informe final

El Comité elaborará un informe con:

- Hechos verificados.
- Análisis de pruebas.
- Conclusiones.
- Recomendación de sanción (si corresponde).

G- La resolución

El comité de Ética dictará una resolución, que puede ser:

- Absolución.
- Llamado de atención.
- Carta Compromiso.
- Amonestación escrita.
- Suspensión de labores.
- Terminación del vínculo laboral.

H- Notificación de la resolución

- La resolución será notificada al investigado por escrito y verbal.
- La resolución será notificada al denunciante (en caso de que la denuncia no haya sido registrada como anónima).

I- Recursos y Cierre del Proceso

Ejecución y archivo

Una vez firme la resolución, se ejecutará la sanción. El expediente se archivará de manera segura y confidencial.