

CAPSA	Fecha
RS-M.D	10-01-2022

Revisión	Versión
10-01-2022	Primera
Paginas	25

Vigencia	10-01-2024
----------	------------

CÓDIGO DE ÉTICA Y CONDUCTA

INDICE

- Mensaje del director
- Misión, Visión y Valores
- I. Introducción
- II. Valores
- III. Objetivo
- IV. Alcance
- V. Principios de ética
 - De los recursos
 - Conflicto de intereses
 - De los proveedores
 - De los clientes
 - De los competidores
 - De la información
 - De las autoridades
 - De las relaciones interpersonales
 - De las actividades extra- laborales
 - Del debido cumplimiento
- VI. Conducta
- VII. Procedimiento

Mensaje del Director General

MOTIVOS 2022

Gracias a la sinergia con nuestros stakeholders y al rediseño de nuestra cadena de valor, y la buena disposición de colaboración de las personas en CREACIONES ARTISTICAS PUBLICITARIAS, S.A. pudimos afrontar retos globales y nuevamente asumimos junto con México los compromisos que imponen los nuevos tiempos, con la seguridad de que continuamos siendo precursores de cambios sociales que impactan de manera positiva a nuestro país. Mantenemos en nuestra visión un enfoque global de compromisos constantes, procurando identificar la mejor relación con todos nuestros grupos de interés, expresando y cumpliendo los valores que rigen nuestro actuar día a día; accionistas, gerentes, empleados, clientes, proveedores, comunidad circundante y el hábitat en donde desarrollamos todas nuestras actividades. Continuamos trabajando en la generación de riqueza, manteniendo el equilibrio entre la generación de esta riqueza, su distribución, así como la dinámica que nos permita un crecimiento sostenible con impacto.

OBJETIVO

Integrar grupos de trabajo con metas claras y alcanzables a corto plazo; involucrar y sensibilizar a los stakeholders internos, externos, primarios, secundarios, directos e indirectos en nuestro propósito de mantenernos líderes en el mercado y ampliar nuestras operaciones a nivel Latinoamérica, aprovechar y extender las oportunidades de mejora de cada uno de los que integramos esta noble empresa para un crecimiento que permita mantener las operaciones en un nivel rentable, bajo un esquema global de sostenibilidad y participación en el crecimiento de un medio ambiente amigable para todos.

Tenemos claras las áreas de oportunidad que han de trabajarse para que nuestros mejores talentos caminen hacia una cultura corporativa que proyecte las competencias globales y tecnológicas de vanguardia.

El talento humano es quien dicta el presente y futuro con visión vanguardista y en beneficio de toda la organización.

Compartimos con todos ustedes nuestro entusiasmo y motivación de seguir siendo una empresa MEXICANA SOCIALMENTE RESPONSABLE, los invitamos a seguir creciendo en familia, reconociendo el ímpetu y esfuerzo de todos.

Misión Visión Valores.

Misión

Ser una empresa mexicana dedicada a la comercialización, importación, exportación, distribución y desarrollo de artículos promocionales, ofreciendo productos de la más alta calidad, entregando en tiempo y forma y brindando la mejor experiencia de compra y el mejor servicio a nuestros clientes, logramos esto mediante el compromiso, servicio y talento de todos nuestros colaboradores internos y externos, directos e indirectos, rigiéndonos siempre por las políticas de responsabilidad social corporativa ayudando así a contribuir al desarrollo económico sustentable.

Visión

Ser la empresa líder en comercialización, importación, exportación, distribución y desarrollo de artículos promocionales en México y Latinoamérica, ofrecer a nuestros clientes una amplia variedad de opciones de la más alta calidad y en el tiempo comprometido, ser una empresa en la que nuestros colaboradores, proveedores, comunidad y gobierno depositen su confianza

Valores

El desarrollo diario de nuestras actividades está siempre fundado en un sistema de valores, integridad, honestidad, confianza, lealtad, respeto y reconocimiento del valor del ser humano. Estamos comprometidos a llevar prácticas de empleo justas, incluyendo prohibir toda forma de discriminación (de raza, religión, origen, clase social, nacionalidad, edad, sexo o incapacidad física). Así mismo es nuestra intención proporcionar un trato justo a todos los empleados basados en los méritos de cada uno y con esto crear un mayor éxito de CAPSA , al tiempo que mejoramos el progreso de los individuos y comunidades en las que se localizan nuestras empresas.

I. Introducción.

Este código reúne las directrices que deben ser observadas en las actividades diarias de nuestra empresa, orienta nuestras acciones y fundamenta la imagen de Creaciones Artísticas Publicitarias como empresa sólida y confiable. El fin es crear y mantener un buen prestigio, así como el de generar la confianza necesaria para establecer relaciones de negocios y trabajo duraderas. Reconocemos la importancia de la responsabilidad social y empresarial de los dueños y empleados de Creaciones Artísticas Publicitarias, quienes deberán asumir el compromiso de guardar los valores y la imagen de la empresa.

II. Valores.

Comercio ético

El desarrollo diario de nuestras actividades deberá estar siempre, y en todo momento fundado en la integridad, honestidad, confianza, lealtad, respeto y reconocimiento del valor del ser humano

y los derechos que las leyes domésticas e internacionales les han concedido. **En el marco de los derechos humanos de segunda y tercera generación y atendiendo al principio de universalidad; como conjunto de prerrogativas sustentadas en la dignidad humana, el respeto hacia los derechos humanos de cada persona es un deber de todos los que conformamos Creaciones Artísticas Publicitarias, y estamos comprometidos en llevar a cabo prácticas de empleo justas, incluyendo prohibir toda forma de discriminación ilegal, (por razones de origen étnico o nacional, religión, discapacidades, condición social, condiciones de salud, opiniones, preferencias sexuales, estado civil, género, edad, sexo, afiliación sindical ó política, o cualquier otra que atente contra la dignidad humana y tenga por objeto anular o menoscabar los derechos y libertades de las personas.).** De igual manera queda prohibida toda práctica de exclusión o trato diferenciado que tenga por objeto impedir o anular el reconocimiento o ejercicio de los derechos humanos consagrados en las leyes de los Estados Unidos Mexicanos y los Tratados Internacionales. (Ver política de respeto a los derechos humanos). Al proporcionar un trato justo a todos los empleados basados en los méritos de cada uno, mejoramos el éxito de Creaciones Artísticas Publicitarias, al tiempo que mejoramos el progreso de los individuos y comunidades en las que se localiza nuestra empresa. De esta manera, el Código de Ética de CAPSA se debe filtrar a todas las áreas y actividades de la Empresa, y a todos los niveles de su Cadena de Valor y lo llevamos a cabo mediante elementos que se divulgan y permean al interior de la empresa y que se proyectan al exterior y derivan de los Valores Esenciales de CAPSA:

Empleo ético. - consiste en que no habrá trabajos involuntarios ni forzados, ni en el marco penitenciario.

Los trabajadores no tendrán que dejar bajo la custodia del empleador “depósitos” en dinero ni su documentación de identidad (en original) y serán libres de abandonar su empleo con un plazo de aviso previo razonable.

Se respetará con tolerancia y sin distinción alguna la afiliación, constitución y libertad de asociación y el derecho a las negociaciones colectivas.

El trabajo se llevará a cabo en lugares seguros e higiénicos evitando cometer accidentes o riesgos de trabajo mediante la capacitación a todo el personal y bajo la supervisión continua de la Comisión de Seguridad e Higiene.

Por ningún motivo se podrá contratar trabajo infantil o de menores de edad.

El pago de los salarios debe ser digno y nunca inferiores a los mínimos legales, en ningún caso se contratará al personal sin antes haber dado a conocer al trabajador las condiciones de trabajo y el salario correspondiente. Queda prohibido todo trabajo forzoso, gratuito de trato cruel, que represente esclavitud o degradante.

Las horas de trabajo extraordinarias no serán excesivas y en todo caso serán voluntarias y se pagarán y negociarán de acuerdo a lo que establece la Ley Federal del Trabajo vigente.

CAPSA	Fecha
RS-M.D	10-01-2022

Revisión	Versión
10-01-2022	Primera
Paginas	25

Vigencia	10-01-2024
----------	------------

Queda prohibido todo tipo de abuso o castigo físico o sexual, así como el abuso verbal u otra forma de intimidación.

Compromiso. - que se refiere al cumplimiento de los pactos, la cabalidad de las acciones.

Comunicación. - que se refiere a la claridad y la transparencia en todos los actos y relaciones de la Empresa con sus Grupos de Interés y Autoridades.

Control de Calidad. - que se refiere al cumplimiento de estándares y requerimientos de clientes y de Autoridades, tanto externas como internas.

Innovación. - que se refiere a la capacidad de la empresa de mantener un nivel de actualización permanente en todas sus acciones, compromisos y relaciones.

Integridad. - que se refiere a la congruencia y apego en términos de Responsabilidad Social, cumplimiento de las obligaciones y rendición de cuentas. Así como manejo de conflictos, resolución de problemas y toma de decisiones, bajo una óptica estrictamente Ética

Responsabilidad Positiva. - la responsabilidad es el origen de las cosas, la causa de un evento. Ser responsable, es el compromiso entre una persona, sus acciones y las consecuencias de éstas. La Responsabilidad Positiva, es el origen noble de algo bueno.

Estos principios, están representados en el Reglamento Interno de Trabajo, en nuestros convenios y contratos con Proveedores y Clientes, y en el perfil de cualidades de los accionistas.

III. Objetivo.

El objetivo principal de este código es el de proporcionar en forma clara y detallada las normas y principios que deberán observarse en el trabajo cotidiano al interior de Creaciones Artísticas Publicitarias, S.A. así como para saber conducirse y resolver situaciones de riesgo y que nuestro actuar y toma de decisiones estén justificadas dentro del marco de valores éticos que nos obligan como accionistas y empleados de Creaciones Artísticas Publicitarias, S.A.

IV. Alcance.

Este código es de observancia obligatoria para directores, funcionarios y empleados que prestan sus servicios directa o indirectamente en Creaciones Artísticas Publicitarias, S.A.

V. Principios de ética

De los recursos

Los directores, funcionarios y empleados deberán utilizar los recursos económicos y materiales de Creaciones Artísticas Publicitarias de manera responsable y no obtener beneficios personales con su uso.

Instalaciones y servicios

Las instalaciones, equipo, servicios y recursos económicos están dispuestos para el desarrollo y ejecución de los negocios de Creaciones Artísticas Publicitarias. El uso de los recursos, propiedad intelectual tiempo o instalaciones de Creaciones Artísticas Publicitarias, incluyendo el equipo de oficina, así como correo electrónico de la empresa deberán utilizarse en forma eficiente y adecuada, los directores, funcionarios y empleados cuidaran que el uso de los recursos productos y servicios se realice con moderación y atendiendo a las funciones que desempeñan.

Registros

Los recursos económicos o materiales que se utilicen o se adquieran deberán de ser registrados en la contabilidad de Creaciones Artísticas Publicitarias. Los directores, funcionarios y empleados están obligados a verificar que todas las operaciones que se generen se registren de acuerdo a las normas o políticas contables establecidas y por ningún motivo deberán realizar o autorizar registros de entradas falsas o engañosas.

Egresos

Los egresos que se realicen deberán estar bien soportados en cuanto a la necesidad de hacer el gasto, con la documentación y con la firma de autorización del personal facultado para esto. En Creaciones Artísticas Publicitarias todos los directores, funcionarios y empleados facultados para autorizar operaciones tales como compras, pago a proveedores, entrega y comprobación de gastos de viajes, deberán revisar lo que autorizan, es su responsabilidad y compromiso de que todos los movimientos estén correctos y de acuerdo a las políticas establecidas. Los directores, funcionarios o empleados que estén involucrados en actividades relacionadas con el manejo directo de efectivo, cheques, deberán de extremar en el cuidado y manejo de estos recursos estableciendo los controles internos necesarios y supervisando en forma permanente el manejo ético de las operaciones realizadas. En lo referente a nómina de los trabajadores, las aplicaciones tales como tiempo extra, bonificaciones, percepciones, altas, bajas, etc. los funcionarios o trabajadores

CAPSA	Fecha
RS-M.D	10-01-2022

Revisión	Versión
10-01-2022	Primera
Páginas	25

Vigencia	10-01-2024
----------	------------

involucrados en su elaboración y autorización deberán ser muy cuidadosos y manejar todos estos conceptos en forma clara y transparente.

Conflicto de intereses:

Los directores, funcionarios y empleados de Creaciones Artísticas Publicitarias deberán conducirse de manera honesta y responsable en la realización de sus actividades diarias encomendadas y por ningún motivo deberán de anteponer su interés personal, profesional o financiero en perjuicio del interés legítimo de la empresa.

Relaciones de Negocios con Creaciones Artísticas Publicitarias

Los directores, funcionarios y empleados no deberán tomar ventaja de una oportunidad de negocio que realice a través de Creaciones Artísticas Publicitarias ni obtener ingresos de terceros derivados de su servicio prestado en Creaciones Artísticas Publicitarias. Los funcionarios y empleados no deberán aceptar de los clientes, proveedores o competidores regalos, atenciones o invitaciones mientras este en un puesto en el que pueda influir en las decisiones de Creaciones Artísticas Publicitarias.

De los proveedores:

Para la selección de proveedores se harán las investigaciones correspondientes para asegurarnos que estos se encuentren legalmente constituidos y con la capacidad instalada requerida para el abastecimiento de productos de calidad para la empresa, así como el que estén cumpliendo con los reglamentos que establece la ley federal del trabajo.

Selección de proveedores

Los funcionarios o empleados que participen en la selección de proveedores deberán ser imparciales y evaluar parámetros de precio, calidad y confiabilidad de productos y servicios, así como, la capacidad instalada para cumplir con lo requerido, también deberán solicitar información por escrito referente al cumplimiento con el reglamento que establece la ley federal del trabajo, actuando con integridad en todas y en cada una de las operaciones que se realicen.

Cotización de precios y decisiones de compra

Los funcionarios y empleados solicitaran a los proveedores la cotización en forma directa o por invitación proporcionando en forma completa los requerimientos técnicos del material o del bien a adquirir. Los funcionarios y empleados involucrados en este proceso no aceptaran ningún descuento o precio que tenga como objeto el influir en otras operaciones de la empresa. Creaciones Artísticas Publicitarias requiere personas comprometidas con el manejo limpio y transparente de todas las operaciones de compra que se realicen.

En este proceso de selección se abstendrán de realizar operaciones comerciales con proveedores que tengan un mal historial de negocios, conformado por capital producto de actividades ilícitas o bien de dudoso giro de negocios.

Comentario sobre Proveedores

Los funcionarios y empleados no podrán divulgar información sobre, precios condiciones y otro tipo de datos recibidos de proveedores actuales o potenciales, ni comentarán los problemas o debilidades que pueda tener un proveedor ya que se considera información confidencial.

De los clientes:

Los directores, funcionarios y empleados solo realizaran negocios en forma ética y en cumplimiento con las leyes aplicables al trabajar con clientes en cualquier aspecto de nuestra empresa, no debemos poner en riesgo nuestro compromiso de integridad, actuando de acuerdo a los objetivos de crecimiento y rentabilidad de Creaciones Artísticas Publicitarias.

En Creaciones Artísticas Publicitarias se tiene el compromiso de proporcionar productos de calidad a precios competitivos que cumplan con las necesidades y expectativas requeridas por nuestros clientes.

En la comercialización y venta de nuestros productos y servicios debemos apegarnos a las condiciones de venta establecidas por la empresa y nuestros clientes; no tratar de hacer cambios en cantidad, precio o descuentos por obtener algún beneficio propio o para terceras personas. Los funcionarios y empleados que participen en esta operación deberán ser imparciales, objetivos y equitativos en su relación con nuestros clientes.

Los funcionarios y empleados que lleven relación con los clientes deberán de mantener una conducta de respeto, calidad, eficiencia y cortesía siempre en el desarrollo de esta función.

Información sobre clientes

Los funcionarios y empleados de Creaciones Artísticas Publicitarias, deberán identificar a través de las investigaciones correspondientes, a las personas físicas y morales que van a ser sus clientes, comprobando la veracidad de la información que presenten antes de realizar cualquier negociación con ellos, estos en apego a las políticas y procedimientos establecidos. Toda persona que tenga acceso a datos personales de clientes o de carácter sensible deberá resguardar la información y obtener autorización para ser utilizada con fines distintos a la actualización de la base de datos para facturación o elaboración de contratos.

Decisión de no tratar con un cliente

Los funcionarios y empleados de Creaciones Artísticas Publicitarias no están obligados a aceptar clientes que a pesar de cumplir con los requisitos establecidos para tal efecto se encuentren en

situaciones de incumplimiento con bancos, proveedores y otros acreedores o que sus actividades que realicen sean ilícitas.

De los competidores:

Los directores, funcionarios y empleados, mantendrán con sus competidores una relación de lealtad y confianza, a fin de favorecer un ambiente de sana competencia en cumplimiento de las disposiciones legales aplicables.

Convenios sobre precios y mercados

Los directores, funcionarios y empleados no propondrán, ni celebraran, contratos o acuerdos (formales o informales, escritos u orales), con ningún competidor para manipular y establecer los precios de los productos y servicios que se ofrecen en el mercado en beneficio de la empresa. No propondrán ni celebrarán acuerdos con los competidores en donde se establezcan el reparto o distribución de clientes, territorios de operación, o mercados en perjuicio de la clientela.

Convenios sobre proveedores

Los directores, funcionarios y empleados no podrán realizar trato alguno con los competidores que pretendan limitar o impedir que se realicen operaciones con algún cliente o proveedor dañando el proceso de libre competencia y competencia.

Comentarios sobre competidores

Los funcionarios y empleados de Creaciones Artísticas Publicitarias, deberán conducirse sobre una línea de respeto y confianza ante sus competidores, evitando divulgar información que no les corresponde.

Información sobre competidores

Los Funcionarios y empleados de Creaciones Artísticas Publicitarias no trataran de obtener secretos industriales o cualquier otra información de los competidores a través del ofrecimiento de efectivo, servicios o cualquier otro beneficio, por medio de empleados o ex-empleados o por contratación de servicios para el mismo fin.

De la información:

Los directores, funcionarios y empleados utilizarán de manera confidencial y reservada la información conferida únicamente para la realización de sus actividades, y se abstendrán en todo momento de solicitar o recibir beneficios personales a cambio en perjuicio de Creaciones

Artísticas Publicitarias. Los datos personales de clientes y proveedores, así como información sensible deberán ser resguardada y tratada de manera confidencial y se deberá obtener autorización por el cliente o proveedor para ser utilizada para fines distintos a las actividades cotidianas de elaboración de contratos o facturas.

Tipos de información

La información que se maneja o se utiliza y que pertenece a Creaciones Artísticas Publicitarias se clasifica de la siguiente manera:

- Confidencial
- Interna
- Privilegiada
- Publica
- Sensible

Confidencial

Los funcionarios y empleados que tengan acceso a este tipo de información deberán guardar completa discreción y cuidado en su manejo por lo que serán responsables de la misma y no pueden divulgarla a personal no autorizado, así como fuera de la empresa. De ser conocida esta clase de información por terceros podría dar ventajas a los competidores o ser perjudicial para Creaciones Artísticas Publicitarias.

Se considera como información confidencial:

- a). - Datos financieros que todavía no se han publicado, proyecciones financieras o presupuestos.
- b). - Presupuestos, proyectos de construcción o ampliación de plantas o edificios corporativos, así como desarrollo inmobiliario y el monto a invertir, cuando no han sido públicamente anunciados.
- c). - Costos de procesos de impresión o comerciales, integración de precios de los productos y/o servicios que comercializa Creaciones Artísticas Publicitarias.
- d). - Cambios importantes en la administración y políticas básicas que se encuentren en evaluación o pendientes de instrumentación.
- e). - Practicas, métodos, procesos de impresión, formulas, sistemas, equipos de proceso y de seguridad, que no sean del dominio público.
- f). - Políticas de compensación, valuación de puestos tabuladores de sueldos y prestaciones, nómina de funcionarios y empleados y sistemas de incentivos.
- g). - Precios y acuerdos que existan con proveedores y clientes.
- h). - Identidad de los clientes, así como el tipo y magnitud de negocios con ellos.
- i). - Estudios y proyecciones de mercado.

- j). - Cualquier información contenida en documentos explícitamente marcados como confidencial, personal o ambas.
- k). - Cualquier documento que se refiera a planes o estrategias, y que no hayan sido dadas a conocer públicamente o de forma interna.

Interna

Esta información es la que se genera en función de las operaciones diarias que se realizan entre personas o áreas de Creaciones Artísticas Publicitarias y aunque no está restringida, no podrá ser divulgada en forma general.

Los directores, funcionarios y empleados no deberán comentar información de Creaciones Artísticas Publicitarias con personas o entidades ajenas.

Privilegiada

La ley del mercado de valores define esta como el conocimiento de actos, hechos o acontecimientos capaces de influir en los precios de los valores materia de intermediación en el mercado de valores, mientras tal información no se haya hecho de conocimiento público.

Para los efectos de la mencionada ley, se presume que pueden tener acceso a información privilegiada los miembros del consejo de administración, directivos, gerentes y auditores.

El uso y divulgación de esta información privilegiada que directores, funcionarios y empleados conozcan o tenga acceso con motivo de su cargo o funciones que desempeñan pudiere constituir un delito sancionado penalmente. “Invertir en la bolsa utilizando la información privilegiada y divulgar información privilegiada para la compraventa de acciones son delitos penales”.

Pública

Es información que se da a conocer a los medios masivos de información, o a través de los canales establecidos por Creaciones Artísticas Publicitarias, y debido a que la información al público implica una gran responsabilidad para la empresa, todos los comunicados públicos, orales y escritos que se divulguen, deberán estar autorizados, además de que su contenido debe ser claro, verídico, exacto y dado a conocer a través del personal establecido para esto.

De las autoridades:

Los directores, funcionarios y empleados que representen a Creaciones Artísticas Publicitarias ante las autoridades deben mostrar que las actividades que se realizan en nuestra empresa estén dentro de las normas jurídicas establecidas y con estricto apego a la ley y no caer en actos ilícitos ofreciendo beneficios a cambio de una ventaja indebida.

Actitudes e impacto

Los directores, funcionarios y empleados que tengan relación con autoridades regulatorias o gubernamentales deberán ofrecer en todo momento un trato cordial y de respeto reconociendo su calidad de autoridad, que facilite el trato de los asuntos y el establecimiento de acuerdos.

Los directores, funcionarios y empleados deberán de abstenerse en todo momento de ofrecer a las autoridades beneficios de cualquier índole que pueda comprometer la honestidad y objetividad de Creaciones Artísticas Publicitarias, nunca dé, ofrezca, ni autorice el ofrecimiento ya sea directo o indirecto, de cualquier objeto de valor tal como dinero, bienes o un servicio.

Las empresas que conforman Creaciones Artísticas Publicitarias deberán evitar hasta donde sea posible los daños al medio ambiente y comunidades en las que realizamos negocios, a través de la participación activa de nuestros empleados y una tecnología adecuada reduciendo el desperdicio, las emisiones y el uso de materiales tóxicos.

De las Relaciones Interpersonales:

Dentro de Creaciones Artísticas Publicitarias, las relaciones entre los directores, funcionarios y empleados deberán de conducirse sobre un marco de amabilidad, del debido y mutuo respeto que propicie un ambiente agradable de trabajo que coadyuve al logro de los objetivos propuestos.

Los directores, funcionarios y empleados deberán mostrar lealtad institucional, respetando las pautas y directrices establecidas para la consecución de sus actividades diarias, siendo en todo momento equitativo en sus relaciones internas. El propósito medular de su participación es el logro de objetivos y metas establecidas absteniéndose de participar o de crear situaciones de discriminación, hostigamiento, abusos de carácter psicológico, sexual y de tipo laboral en la relación de trabajo.

Integridad

Las obligaciones de nuestros líderes van más allá de los requerimientos para todos los empleados, esperamos que nuestros líderes muestren su liderazgo cumpliendo exactamente y con rectitud los deberes de su cargo y función, además de ser congruentes y consistentes con las disposiciones establecidas en este código.

Relaciones con los superiores jerárquicos

Partiendo de las relaciones de mutuo respeto que deben existir entre todos los miembros de Creaciones Artísticas Publicitarias, los funcionarios y empleados deberán de ejecutar de acuerdo a la función que desempeña, las instrucciones que de su jefe o superior se les confiera, con una

CAPSA	Fecha
RS-M.D	10-01-2022

Revisión	Versión
10-01-2022	Primera
Páginas	25

Vigencia	10-01-2024
----------	------------

actitud positiva y de cooperación que complemente la labor de estos; de esta manera mostrarán su sentido de responsabilidad y la ejecución de su trabajo será digna de confianza.

Relaciones con compañeros

Las relaciones entre funcionarios y empleados deben ser sobre la base misma de respeto y tolerancia en todos los aspectos, propiciando en la relación de trabajo, un ambiente de colaboración y apoyo mutuo.

Relaciones con Subordinados

Todo superior jerárquico dará un trato de respeto y confianza a sus subordinados en condiciones de igualdad y equitativas que permitan establecer un ambiente armonioso de trabajo para el logro de los objetivos.

Todo superior jerárquico no debe tomar ventaja de su posición o facultades que Creaciones Artísticas Publicitarias le ha conferido para otorgar o autorizar a su personal promociones, aumentos injustificados de sueldo, horarios relajados y en general otorgar ventajas especiales a personas, equipos o grupos, a cambio de beneficios personales o que su posición la utilice para intimidar o coaccionar a sus subordinados y tomar represalias cuando no lo logra.

Los directores funcionarios y empleados que tengan personal a su cargo proporcionaran en la medida de lo posible el equipo y los elementos necesarios para el desempeño y desarrollo de sus actividades evaluando permanentemente su desempeño y otorgando a quien lo merezca cuando así proceda los beneficios y prestaciones a que tengan derecho, sin condicionamiento alguno.

Conductas de hostigamiento o acoso sexual

Los Directores, funcionarios y empleados de Creaciones Artísticas Publicitarias deberán tratarse dentro un marco de respeto y dignidad evitando cualquier conducta que pueda ser interpretada como hostigamiento o acoso sexual, puede incluir, y no esta limitado a lo siguiente: tratos preferenciales o promesas de tratos especiales a cambio de favores, relaciones sexuales o actividades de tipo sexual, mostrar o exhibir o enviar señales, objetos, fotografías, revistas, cartas o notas con mensajes pornográficos, obscenas o denigrantes; bromas o comentarios sugestivos o denigrantes; acercamientos corporales indeseados, mirar fijamente o miradas intimidatorias.

De las actividades extra – laborales:

Los Directores, funcionarios y empleados de Creaciones Artísticas Publicitarias que participen en actividades extra-laborales deberán de conducirse de manera correcta y no vulnerar el prestigio e imagen de Creaciones Artísticas Publicitarias.

Actividades cívico- políticas

Los Directores, funcionarios y empleados de Creaciones Artísticas Publicitarias pueden participar en actividades cívicas y políticas precisando de manera clara que actúan en forma independiente y no a nombre de Creaciones Artísticas Publicitarias.

Actividades académicas

Los funcionarios y empleados que desempeñen actividades académicas cuidaran que el tiempo y el esfuerzo dedicado a estas actividades no sea a expensas de Creaciones Artísticas Publicitarias, excepto cuando se cuenten con la autorización correspondiente y no podrá hacer referencia a experiencias o asuntos en que intervino o tuvo conocimiento en forma restringida, salvo que cuente con la autorización previa correspondiente de su Director general; La forma que se exponga la información por parte de funcionarios y empleados deberá contribuir a mejorar la imagen de Creaciones Artísticas Publicitarias y nunca dañarla.

Actividades religiosas

En Creaciones Artísticas Publicitarias se respeta la religión o creencia de su personal, pero no permite el desarrollo de influencia religiosa y de índole similar por parte de sus miembros o grupos dentro de sus instalaciones y en horas de trabajo cuando se encuentre fuera de las oficinas; el realizar actos de difusión de religión o creencia alguna, practicar sus servicios y ritos o ceremonias no esta permitido dentro de la jornada laboral en Creaciones Artísticas Publicitarias.

Actividades deportivas

En Creaciones Artísticas Publicitarias se apoyan las actividades deportivas de sus funcionarios y empleados tanto en forma individual o por equipo para que compitan contra terceros o en competencias internas, el participar en estas actividades deberá ser cuidando los principios, el prestigio y respeto de Creaciones Artísticas Publicitarias.

Del debido cumplimiento:

Los Directores, funcionarios y empleados de Creaciones Artísticas Publicitarias deberán de actuar con honestidad y con estricto apego a los principios y disposiciones establecidas y comprometidos con las salvaguarda del patrimonio de la empresa asumiendo en todo momento la responsabilidad de sus funciones.

Fraudes e ilícito

Cuando se tenga conocimiento o presunción suficiente de que se esta realizando un fraude e ilícito en los cuales participen empleados de esta empresa deberá aplicarse el proceso legal correspondiente hasta sus ultimas consecuencias, salvo que la vicepresidencia corporativa acuerde o determine algo distinto. Cabe mencionar que ningún Director, funcionario o empleado esta autorizado para otorgar perdón sobre ningún fraude o ilícito a cambio de la restitución por el presunto responsable.

Los Directores, funcionarios y empleados deberán expresar oportunamente cualquier inquietud que tengan acerca de posibles violaciones de una política o sobre una acción que pueda constituir un daño perjuicio en Creaciones Artísticas Publicitarias, el guardar silencio podría implicar un acto de encubrimiento y por ende de complicidad.

Fallas administrativas

Todo Director, funcionario y empleado de Creaciones Artisticas Publicitarias que tenga autoridad o capacidad de decisión en un área de la organización debe asegurarse que exista o debe establecer los controles internos para monitorear el manejo ético de los recursos. Su responsabilidad en este sentido es personal e intransferible.

Los funcionarios y empleados que por desconocimiento, distracción, negligencia o mal desempeño de sus funciones, cometan irregularidades sin dolo o mala fe pero que causen daño al patrimonio de Creaciones Artisticas Publicitarias, se les aplicaran las sanciones administrativas o penales correspondientes, ya que ninguna causa mencionada los libera de la responsabilidad del daño causado.

Conducta

CAPSA ha adoptado un compromiso ético basado en los valores que son pilares de nuestra identidad organizativa y que guían la toma de decisiones y permiten dar sentido a nuestras acciones diarias. Estos valores cimentados en la integridad de todos sus miembros, llevan a garantizar una toma de decisiones adecuadas y validas bajo conductas honestas, percepción de confianza, lealtad al trabajo, responsabilidad estratégica, respeto a la inteligencia de los demás, y que también garantizan nuestra buena reputación e imagen, así como la continuidad de las operaciones en un ambiente altamente productivo y a la vez con equilibrio humano.

Esta sección es nuestra herramienta de gestión, en ella se establecen prácticas y conductas deseadas, prohibidas y obligatorias al interior de CAPSA, y que son de implementación inmediata y a la vez continua.

Artículo 1. Compromiso personal

Todos los colaboradores de CAPSA aceptan el compromiso de observar y cumplir lo dispuesto en las normas de conducta que son el marco de referencia con el cual se miden las actuaciones de todos los miembros y en caso de duda ante una situación determinada cualquiera puede solicitar asesoramiento a fin de que cada uno “haga lo correcto”

Los postulados básicos son:

- Actuar con integridad
- Evitar cualquier conducta que dañe o ponga el peligro a CAPSA o a su reputación
- Dar prioridad a los intereses de la empresa

Artículo 2. Cumplimiento legal

CAPSA y sus empleados se rigen por las leyes y reglamentos aplicables vigentes (comerciales, civiles, fiscales, laborales, etc.)

Al interior son observables el reglamento interior de trabajo, contrato colectivo e individual de trabajo, código de ética y conducta, normas oficiales, disposiciones de los organismos internos encargados de protección civil, comité de seguridad y salud en el trabajo, entre otras similares,

las normas internas son específicas y pueden ir más allá de las Leyes prevaleciendo siempre el orden y beneficio común.

El debido cumplimiento de las leyes evitará la generación de multas, sanciones, apercibimientos y demandas por incumplimiento

El área legal de CAPSA vigila que se cumplan en tiempo y forma las disposiciones legales y en su caso hace las observaciones para evitar contingencias. Atenderá cualquier situación que pueda tener un impacto económico o de reputación

Artículo 3. Conflicto de interés

El conflicto de interés puede definirse como diferencias incompatibles percibidas que resultan en interferencia u oposición. Es un enfrentamiento entre dos o más partes donde cada una persigue un objetivo distinto al de la contraparte y que puede resultar en perjuicio para una o más de las partes en conflicto.

El conflicto surge por diferencias incompatibles y para CAPSA es un riesgo medido que requiere una gestión inmediata y adecuada (ver política de gestión de conflicto de interés, código de ética)

El personal encargado de gestionar y dar solución a un conflicto de interés ha de calificar si el conflicto de interés representa una oportunidad de mejora (cambio ó transformación positiva)

Los tipos de conflicto de interés pueden ser:

1. Conflicto cognoscitivo (tipo c) ó sustantivo: es aquel que surge de diferencias de opinión, cumplimiento de metas, competencia por la lealtad de la persona, asignación de recursos, distribución de recompensas, políticas, procedimientos, perfil de puesto, asignación de tareas. Resuelto el conflicto puede generar mejoras en el desempeño de los equipos de trabajo.
2. Conflicto afectivo (tipo a) ó emocional: referente a reacciones emocionales cuando los desacuerdos se vuelven personales y se manifiestan sentimientos como coraje, miedo, resentimiento, desconfianza. En este tipo de conflicto es probable observar disminución del desempeño de los equipos de trabajo.

Acciones primarias al detectar un conflicto de interés:

Detectar las fuentes donde se genera el conflicto

- a) Fallas en la comunicación
- b) Diferencias estructurales
- c) Ambigüedad de roles
- d) Incompatibilidad de metas
- e) Sistemas de recompensa pobremente diseñadas
- f) Diferencias de poder y estatus
- g) Recursos económicos erróneamente asignados
- h) Diferencias personales
- i) Conflicto previo no resuelto
- j) Vínculo familiar

- k) Cambios en la forma en que se ejecutan los trabajos
- l) Cambio de jefe directo
- m) Otro no especificado

Los conflictos se agotan si trabajamos en un ambiente controlado

En todos los casos una vez notificado ó detectado el conflicto el personal encargado propondrá la solución viable conjuntamente con los jefes de área y en su caso al director a cargo estableciendo compromisos de solución por escrito y fecha de cumplimiento

Los empleados podrán comunicar el conflicto o conflictos a su superior inmediato o al representante de recursos humanos.

La solución siempre deberá ser justa y transparente

En el caso de reincidencia o la no solución del conflicto dará lugar a la solicitud de renuncia de la parte o partes que no quieran participar en la solución.

El personal encargado de dirimir controversias en los casos de conflicto de interés deberá ser personal calificado con características de inteligencia emocional, programación neurolingüística, comunicación efectiva y aplicación de estrategias metodológicas para dirimir controversias.

Los métodos propuestos a utilizar para solucionar conflictos son:

- Negociación
- Conciliación
- Mediación
- Arbitraje
- Buenos oficios
- Actas administrativas
- Otros

Artículo 4 Antisoborno

El soborno es la oferta, entrega solicitud o recepción de dinero, o artículo de valor como medio para influir en decisiones, acciones o inacciones de un individuo o grupo de personas que favorezcan a quien entrega los mismos.

Estimaciones del Banco Mundial, se llega a pagar más de un trillón de dólares al año en sobornos entendiéndolo como necesario para lograr negocios o evitar tediosos trámites burocráticos

Para dirigir e implementar paulatinamente nuestras acciones antisoborno nos remitiremos a lo establecido en la norma ISO 37001:2016

Los objetivos de esta disposición son ayudar a prevenir:

- 1) Soborno por parte de CAPSA y por su personal o los socios o accionistas que actúan en su nombre o para su beneficio
- 2) Soborno de CAPSA o de su personal socios o accionistas en relación con la consecución de las actividades

Las medidas para evitar el soborno son:

- Implementar una política antisoborno y apoyar los procedimientos antisoborno
- Asegurarse de que la alta dirección de la organización tenga la responsabilidad general de la implementación y eficacia de la política antisoborno proporcione el compromiso y liderazgo adecuado
- Asegurarse de que las responsabilidades para garantizar el cumplimiento de la política se asignen y comuniquen eficazmente en toda la empresa
 - a) Los jefes de departamento son los responsables de hacer cumplir la política antisoborno
 - b) Todos los colaboradores son responsables del cumplimiento personal de la política antisoborno
- Nombrar una persona o personas con la responsabilidad de supervisar el cumplimiento
- Asegurar que existan controles en relación a transacciones de riesgo
- Capacitar y orientar al personal sobre la política antisoborno
- Realizar evaluaciones periódicas sobre riesgos de soborno y la debida diligencia en las transacciones.
- Implementar controles financieros apropiados.
- Asegurar, cuando sea posible, que los socios comerciales, tengan el compromiso contra el soborno.
- Implementar controles sobre obsequios, hospitalidad, donaciones, y otros beneficios para evitar que se utilicen con fines de soborno.
- Asegurar que la organización no participe, o se retire de cualquier transacción en la que no pueda gestionar adecuadamente el riesgo de soborno.
- Implementar procedimientos de denuncia que alienten y permitan a las personas denunciar sospechas, o cualquier violación.
- Monitorear, medir y evaluar la efectividad de nuestros procedimientos.
- Llevar a cabo auditorias interna
- Rectificar cualquier problema

Artículo 5. Manejo de información confidencial

Información confidencial es aquella que se refiere a datos no sujetos a divulgación o ser susceptibles a ser publicables y marcada como tal por el emisor hacia el destinatario o receptor. Cualquier información confidencial escrita o verbal deberá estar asegurada y comprometida con aviso de privacidad o contrato de confidencialidad por escrito y firmado por el personal de quien extiende y de quien recibe.

Es importante que todo el personal que recibe información confidencial de clientes, proveedores, socios o accionistas, empleados, etc., extienda la carta de salvaguarda de información

CAPSA	Fecha
RS-M.D	10-01-2022

Revisión	Versión
10-01-2022	Primera
Paginas	25

Vigencia	10-01-2024
----------	------------

confidencial y todos aquellos que emitan o entreguen información confidencial soliciten una constancia de que la información será tratada como confidencial o sensible.

El incumplimiento de esta disposición puede dar lugar a la aplicación de sanciones disciplinarias o incluso penales. En caso de duda dirigirse al área legal de CAPSA.

Este procedimiento ayuda a generar confianza entre quien entrega y el que recibe la información, formalizar la recepción y entrega de la misma hace que el consentimiento se encuentre asegurado y protegido y en caso contrario o de violación exista la opción de actuar legalmente.

A manera de ejemplo se considera información la siguiente:

- Nombre, fecha de nacimiento, edad, sexo, domicilio
- Datos de contacto y de familiares
- Información bancaria
- Historial o registros médicos
- Problemas de cuidado personal
- Metas personales
- Evaluaciones o informes
- Ordenes de tutela
- Correo personal
- Contratos
- Diseños
- Salud y seguridad
- Antecedentes penales
- Negociaciones
- Estudios médicos
- Secretos comerciales
- Planes de negocio
- Bases de datos
- Registros
- Tabulador de sueldos
- Ideas
- Información financiera
- Comercialización

Artículo 6. Competencia y legalidad comercial

CAPSA como ente económico se encuentra capacitada para desarrollarse en un mercado competitivo de forma exitosa en el mundo actual presente y futuro. Las actividades competitivas se llevan a cabo en la observancia de las leyes aplicables de libre competencia, antimonopólicas, de lealtad comercial, uso de marcas, uso de páginas web, comercio electrónico.

En caso de duda acuda al departamento legal y/ó a su jefe directo

Los colaboradores y empleados deben adherirse a las normas siguientes:

- Política comercial
- Política de precios
- Política de compras
- Política de ventas

Artículo 7. Discriminación y acoso

La discriminación es toda distinción , exclusión o restricción basada en el origen étnico, raza, sexo, edad, discapacidad, condición social, o económica, condiciones de salud, embarazo, lengua, idioma, religión, opiniones, preferencias sexuales, políticas, estado civil, o cualquiera otra que tenga por efecto impedir o anular el reconocimiento o el ejercicio de los derechos e igualdad de oportunidades. Cualquier tipo de discriminación es una forma de agresión.

Todos los colaboradores asumen la responsabilidad de respetar a todos sus compañeros y no agredir de ninguna manera al interior y exterior de CAPSA.

Cualquier forma de discriminación será denunciada a la dirección general quien tomará las medidas apremiantes necesarias.

Artículo 8. Protección de los activos de CAPSA

Los activos de CAPSA son los bienes muebles, inmuebles, tangibles e intangibles susceptibles de protección y optimización, esta protección ha de ser legal respetando lo permitido por las leyes aplicables en cada caso, el aseguramiento en tiempo y forma así como el adecuado tratamiento contable de acuerdo a las normas de información financiera (control, registro, valuación, presentación, reconocimiento y revelación en los estados financieros)

Es obligación de todos los empleados, socios ó accionistas y terceros involucrados, proteger y salvaguardar los bienes de CAPSA, así como de utilizarlos de forma adecuada, eficiente y de acuerdo a la función de cada bien evitando en todo momento un uso incorrecto o inadecuado. Entre los activos más representativos están inversiones, mobiliario y equipo, marcas, inventario.

Los riesgos a que pueden estar sujetos los activos de forma enunciativa y no limitativa son:

- Robo
- Fraude
- Malversación
- Destrucción
- Caso fortuito
- Otros

El departamento de contraloría es la figura idónea para proponer y vigilar las medidas de control, inspección, auditoría, protección y salvaguarda de los activos y cualquier información electrónica o documental en relación a los mismos.

Cualquier daño o perjuicio podrá dar lugar a denuncias con cargos penales

Artículo 9. Protección al medio ambiente

La contaminación ambiental constituye un problema crítico a nivel mundial, ciudadanos, empresas y gobiernos no hemos logrado detener ó bien gestionar adecuadamente los impactos de nuestra huella sobre todo en los grandes centros urbanos como es la ubicación de nuestro centro de trabajo.

La contaminación ambiental es la presencia en el ambiente de cualquier agente (físico, químico o biológico) o bien la combinación de varios agentes en lugares, formas y concentraciones tales que sean o puedan ser nocivos para la salud, la seguridad o para el bienestar de la población, o bien que puedan ser perjudiciales para la vida vegetal o animal, o impidan el uso normal de las propiedades y lugar de recreación y goce de los mismos.

Cada vez hay menos espacios donde los seres humanos podamos respirar aire sin agentes contaminantes

La dirección general de CAPSA ha adoptado diversas medidas para que el impacto que produzcan sus operaciones al medio ambiente, sea de un nivel inferior a los valores esperados y establecidos por las leyes ambientales y normas oficiales mexicanas e incluso estándares internacionales.

Todos los empleados, colaboradores, socios ó accionistas están comprometidos a respetar las medidas, emprender las acciones establecidas en políticas, procedimientos y programas, sistema de gestión ambiental, herramientas que ayudan a mitigar los efectos negativos hacia el medio ambiente, evitar accidentes ambientales, mejorar continuamente la gestión de materiales, insumos y residuos., así mismo se les insta a proponer cambios en las medidas preventivas en favor del cuidado del medio ambiente y teniendo siempre el objetivo de reducir nuestro impacto ambiental y mejorar la competitividad considerando el factor ambiental

Las acciones son:

1. Identificar los impactos que ejerce la actividad de la empresa
2. Usar de manera eficiente la energía
3. Gestionar el consumo de agua de manera responsable
4. Canalizar adecuadamente la generación de residuos
5. Disminuir la generación de residuos
6. Reciclar empaques, envases, productos de papel, toner
7. Ahorro de papel
8. Campañas continuas
9. Sensibilización y formación ambiental a todo el personal
10. Reducción de emisiones de CO2

11. Campañas de reforestación
12. Adopción de espacios verdes
13. Cuidado de áreas verdes
14. Talleres y actividades pro-medio ambiente
15. Medición de ruido acústico
16. Medición de aguas residuales
17. Medición de grado de incendio
18. Medición de tierra física
19. Medición de grado de iluminación
20. Licencia ambiental única
21. Proponer a nuestra planilla de clientes y proveedores comercializar productos ecológicos, con ecodiseño y que en el tiempo sean biodegradables
22. Establecer planes de mejora y objetivos a corto plazo

Artículo 10. Seguridad y salud en el trabajo

El principal activo de CAPSA son el elemento humano que participa en diversas actividades y que se encuentra expuesto a diferentes grados de riesgos en la consecución de los trabajos. La integridad física, mental y emocional es un compromiso de la dirección general y tienen prioridad en la eficiencia operacional y la rentabilidad de la empresa.

Los espacios donde se desarrollan las actividades están diseñados de manera adecuada para prevenir accidentes de trabajo, así mismo se proporciona capacitación continua y los equipos e insumos necesarios al personal para evitar riesgos de trabajo.

La capacitación al personal es continua y obligatoria y varios de los temas que se incluyen son primeros auxilios, extinción de fuego, respuesta a emergencia, integración de brigadas, protección civil, manejo de residuos, uso de herramientas, procesos de trabajo, carga y descarga, ergonomía, etc.

También se organizan diversas campañas de diversos temas de cuidado de la salud:

- Vacunación
- Salud visual
- Campaña anti obesidad
- Alimentación
- Prevención de accidentes

Toda capacitación es obligatoria así como el uso de equipos y herramientas necesarias para llevar a cabo determinadas actividades.

Artículo 11. Clientes y proveedores

Clientes y proveedores son los aliados estratégicos en la operación de la empresa y al mismo tiempo son nuestros socios de negocio., mantenemos y nos aseguramos de seguir con una buena

relación en un ambiente ético. Está prohibido establecer relaciones con clientes y proveedores basados en corrupción, conflicto de intereses, sobornos, favoritismos o cualquier conducta contraria a los valores institucionales y a la violación de cualquier norma de nuestro código de ética y conducta

Clientes. La satisfacción de nuestros clientes con el servicio, la calidad, precio, innovación, transparencia y tiempo de entrega de nuestros productos es el éxito y permanencia con nuestros clientes.

Proveedores. Nuestros procesos de selección de proveedores se realizan de manera equitativa e imparcial y basadas en criterios de calidad, rentabilidad, experiencia comprobada, legalidad, tiempos de entrega, condiciones.

Reforzamos nuestros criterios con las medidas siguientes:

- política de compras sostenibles que todos los compradores deben cumplir
- Integración de cláusulas sociales o medioambientales en los contratos con proveedores
- Compromiso por escrito de conocer y cumplir nuestro código de ética y conducta
- Análisis de riesgo
- Formación de compradores sobre temas sociales y medioambientales en la cadena de suministro
- Incentivo a proveedores con desempeño medioambiental y social
- Medición de objetivos en la evaluación de desempeño
- Establecimiento de canales de denuncia por incumplimientos y violaciones

VI. Procedimiento:

1. Se tiene conocimiento de alguna desviación en la aplicación del Código de Ética por parte de algún Director, funcionario o empleado de alguna de las empresas que conforman Creaciones Artísticas Publicitarias.
2. La persona que tenga conocimiento o sospecha de algún incumplimiento del Código de Ética lo notificara al Comité de Responsabilidad Social Empresarial. La notificación podrá ser vía telefónica o a través de los diferentes buzónes habilitados para tal efecto.
3. La notificación podrá ser anónima y deberá en lo posible contener: datos, hechos y personas involucradas.
4. Todas las denuncias de incumplimiento o sospecha de incumplimiento del Código de Ética se tratarán en forma confidencial y en caso necesario se solicitará información adicional al denunciante, salvo que se trate de denuncias anónimas.

CAPSA	Fecha
RS-M.D	10-01-2022

Revisión	Versión
10-01-2022	Primera
Paginas	25

Vigencia	10-01-2024
----------	------------

-
5. Todas las denuncias serán sometidas de inmediato al Comité de Responsabilidad Social Empresarial, quien llevará a cabo la investigación correspondiente con los responsables de las áreas involucradas.
 6. En todos los casos en que se considere procedente la denuncia se emitirá una resolución, la cual podrá ir desde una sanción administrativa hasta el despido y consignación a las autoridades correspondientes. Dependiendo de la gravedad de la falta.
 7. En el caso de que no se trate de una denuncia anónima, se informará – conservando en todo momento un alto grado de confidencialidad – el resultado a la persona que notificó el hecho o situación.

El tener conocimiento o sospecha de alguna situación que constituya o pueda constituir una violación al Código de Ética y no comunicarlo conforme al procedimiento anterior representa una violación al mismo.

Es también una violación al Código de Ética tomar represalias en contra de cualquier persona que efectúe una denuncia.

CONTACTO:

Recursos humanos: 55 5481 9910 ext. 1128 / veronica.diaz@capsamex.com.mx

Vinculación 55 5481 9910 ext. 1169 / vinculación@capsamex.com.mx

MaryCarmen Jimenez: 55 5481 9934 / marycarmen.jimenez@capsamex.com.mx



CREACIONES
ARTÍSTICAS
PUBLICITARIAS, S.A

CAPSA	Fecha
RS-M.D	10-01-2022

Revisión	Versión
10-01-2022	Primera
Paginas	25

Vigencia	10-01-2024
-----------------	-------------------

Elaboró	Revisó	Autorizó
DIRECTOR GENERAL	DIRECTOR COMERCIAL	DIR. FINANZAS