

	DIRECCIÓN GENERAL	Clave: F-DG-CDE
		Fecha: 07/2024
	CÓDIGO DE ÉTICA	Versión: 02

---

## CÓDIGO DE ÉTICA

---

### Introducción

Artículos promocionales Brand In S.A. de C.V. es una empresa joven y experimentada comprometida con el incremento de la imagen de sus clientes mediante formas explícitas de comunicación, siempre fomentando el desarrollo de nuevas tendencias en la industria, tomando en cuenta el seguimiento de los procesos para cumplir con los requisitos del cliente, legales y reglamentarios que apliquen, promoviendo siempre la mejora continua de la organización.

Para **Brand In** es importante innovar en el desarrollo y adecuación de sus procesos de acuerdo a los requerimientos de cada cliente, operando con flexibilidad y permitiendo que dentro de la cadena de suministros todos los involucrados, de manera directa o indirecta, obtengan bienestar y estabilidad.

Las partes se comprometen a dar cabal cumplimiento al presente código de ética, tomando en cuenta a lo siguiente:

- Que en el desempeño de sus funciones; sus asociados, socios, administradores, directivos, empleados, representantes o agentes cumplirán con las leyes, los reglamentos y las demás disposiciones jurídicas que le sean aplicables
- Que en todo momento; de manera justa e imparcial, con integridad, rectitud y honestidad, y bajo ninguna circunstancia cometerán actos de corrupción, lavado de dinero o fraude.
- Que ofrecerán sus servicios con integridad, honestidad y de manera no discriminatoria, y llevarán a cabo sus actividades únicamente con los fines para los cuales se haya generado el acuerdo con la organización
- Que la información compartida a la organización deberá ser veraz y exacta cuando ésta haga referencia a sus competencias técnicas, capacidades, alcances y aprobación
- Que no descalificarán ni difamarán a la organización ni a ninguno de sus colaboradores, empleados, clientes, clientes potenciales o socios comerciales
- Que la información que obtengan con motivo de la relación con la organización estará basada en registros precisos, completos y fidedignos y que para obtenerla observarán las disposiciones aplicables en materia de privacidad de la información y protección a los datos personales
- Que evitarán situaciones que ocasionen o puedan ocasionar un conflicto de interés

Asimismo, las partes se responsabilizan de:

- Estar libre de cualquier presión o influencia indebida, ya sea interna o externa, que comprometa su apego al presente código de ética
- No tener ninguna presión comercial y/o financiera que afecte adversamente los términos de la relación con la organización
- Usar la información recabada sólo con los fines que expresamente se hayan definido con la organización

	<b>DIRECCIÓN GENERAL</b>	Clave: F-DG-CDE
		Fecha: 07/2024
<b>CÓDIGO DE ÉTICA</b>		Versión: 02

- Llevar a cabo los procesos de contratación y término de la relación laboral en términos de igualdad, equidad y no discriminación garantizando las mismas oportunidades para todas y todos los candidatos y empleados sin importar su raza, orientación sexual, estado civil, apariencia física, religión, condición social, etc.

## Valores

Los valores fundamentales, que **Brand In** ha adoptado, para asegurar que la calidad en los productos que ofrecemos es congruente con las necesidades de nuestros clientes son:

- **Respeto**

Es el valor fundamental de la organización, principalmente hacia los clientes que solicitan un servicio y para los empleados que se esfuerzan en cumplir de manera eficiente con sus tareas asignadas, asimismo hacia la autoridad, cumpliendo con la normatividad aplicable, y finalmente hacia el medio ambiente evitando la transferencia de contaminantes críticos a los diferentes medios.

- **Compromiso**

Es responsable del éxito de la empresa, dirigiendo las actividades con orden, honestidad y bajo el marco de la ley; reconociendo y asumiendo las responsabilidades e implicaciones que surjan a raíz de la prestación del servicio.

- **Liderazgo**

Siendo pilar de las decisiones y objetivos, se elaboran estrategias que permitan posicionar a la empresa como una entidad segura y estable para todo aquel que se involucre en el proceso de extremo a extremo, eliminando las barreras típicas del proceso logístico.

- **Confianza**

Internamente es un valor crítico, puesto que cada empleado depende de su compañero para realizar sus actividades de manera eficiente, sin importar su jerarquía o puesto dentro de la empresa. Sin la confianza, ésta ideología no podría prevalecer. De manera externa se desea crear un vínculo de confianza entre los clientes y **Brand In**, así como con nuestros proveedores.

## Principios Rectores

Las actividades de la organización están encaminadas a contribuir con un desarrollo ambientalmente correcto, socialmente aceptado y económicamente factible, tanto de manera interna (empleados y procesos) como de manera externa (clientes y sociedad), posicionándose como una empresa socialmente responsable encaminada hacia la sustentabilidad.

El compromiso de la alta dirección de Brand in garantiza la correcta gestión de la calidad, identificando, evaluando, controlando y eliminando las áreas de oportunidad presentes durante las actividades desarrolladas con motivo de la prestación de sus servicios. Esto se realiza bajo los siguientes principios:

### Responsabilidad compartida

	<b>DIRECCIÓN GENERAL</b>	Clave: F-DG-CDE
		Fecha: 07/2024
	<b>CÓDIGO DE ÉTICA</b>	Versión: 02

Es un concepto indispensable para cualquier organización que intenta integrar a todos sus colaboradores a un mismo fin. Cada empleado, además de cumplir con sus responsabilidades, cuenta con una conciencia de trabajo en equipo que le permite entender su rol dentro de la empresa, reconociendo que su desempeño repercute en el equilibrio de esta.

Además, este concepto aplica para el compromiso ambiental que algunas empresas realizan con sectores gubernamentales, responsabilizándose por el impacto ambiental que generan con sus operaciones; por lo que se toman medidas para la disposición final de residuos sólidos, el ahorro en el consumo de agua, la disminución de emisiones a la atmósfera, la disminución en el consumo de energía y recursos naturales, entre otras.

### **Prevalencia de la seguridad**

Se deben implementar métodos de identificación de peligros, evaluación de riesgos, control de operaciones, causalidad de accidentes, comunicación de peligros, etc. Además de fomentar la cultura de seguridad y salud laboral y el cuidado del ambiente.

### **Optimización de los procesos**

Cada uno de los procesos que la empresa realiza a fin de cumplir con la oferta de nuestros productos, se documenta, identifica, analiza y corrige (en caso de ser necesario) a fin de optimizarlo, para que, gracias a la eliminación de riesgos, incidentes e impactos ambientales, sea más eficiente.

### **Mejora continua**

Todos los medios de control, sistemas de gestión y operación, se tratan con la metodología de mejora continua, la cual se adapta a cada proceso, pero conserva su esencia cíclica en la que el monitoreo y la retroalimentación son la clave para que el ciclo se complete

### **Ética laboral**

El rol de la gerencia juega un papel importante, se busca el cumplimiento de la normatividad en todos los aspectos y la administración responsable de los recursos, así como las relaciones socio-económicas honestas y transparentes.

### **Eficacia ante emergencias**

Lo ideal sería no presentar emergencias, sin embargo, se debe estar preparado para atender pronta y efectivamente a cualquier alteración en el equilibrio de las operaciones elaborando planes de atención y remediación; pues quien no previene algún incidente está más expuesto a que le suceda.

*Atte. Jorge Arriola  
Director General*

	DIRECCIÓN GENERAL	Clave: F-DG-CDE
	CÓDIGO DE ÉTICA	Fecha: 07/2024
		Versión: 02

Anexo 1 Control de cambios

CONTROL DE CAMBIOS DEL DOCUMENTO					
Responsable del área	Carolina Cadena Carrillo				
Fecha de elaboración/modificación	Solicitante	Razón del cambio	Cambio realizado	Versión Anterior	Versión Actual
30/08/2018	DG	Indicar el paso a paso para evaluar la satisfacción del cliente	Elaboración	/	01
25/01/2020	GC	Indicar NO discriminación durante la contratación	Se agregó el enunciado en el que se comprometen las partes a llevar a cabo la contratación sin discriminar al personal o candidatos	01	02
11/07/2024	GC	Revisión y actualización	Se adecua el principio rector de la responsabilidad compartida para ajustarlo a la política de ESG	02	03