

POLITICA ANTISOBORNO – ANTI CORRUPCIÓN

1. PROPÓSITO Y ALCANCE

Como empresa Instinto Publicitario EIRL., cumple con las leyes y regulaciones contra sobornos y la corrupción dentro y fuera del país. Estas normas se aplican a todos los empleados, al Gerente General y a todos los miembros y terceros que trabajan con Instinto Publicitario o en su nombre o que estén asociados con la empresa.

2. POLÍTICA ANTI-SOBORNO Y ANTI-CORRUPCIÓN

Esta política fue creada para establecer la no tolerancia respecto a los sobornos y para orientar en la prevención de sobornos y corrupción, y conducir sus tratos comerciales de forma honesta. Cumplirla es un deber moral y un requisito legal.

Ningún funcionario, empleado, agente, proveedor, contratista o consultor que trabaje para Instinto Publicitario EIRL., puede pagar, ofrecer, o prometer pagar, ni autorizar el pago de dinero, equivalente de dinero, obsequio ni ninguna otra cosa de valor, en cualquier cantidad, a ninguna persona ni empresa, ya sea un funcionario público, persona o empresa privada, para garantizar el desempeño inapropiado de sus deberes o funciones o, en el caso de un funcionario público, con la intención de lograr influencias para obtener una ventaja comercial en el desempeño de sus funciones oficiales.

Un funcionario público se define como todo funcionario electo o nombrado, candidatos a puestos políticos, consultores de empresas estatales o controladas por el estado, funcionarios de partidos políticos o cualquier persona que actúe en nombre de una organización internacional pública.

Ningún funcionario, empleado, agente, proveedor, contratista o consultor que trabaje para Instinto Publicitario EIRL., puede recibir o solicitar, recibir pago de dinero, equivalente a dinero, regalos o ninguna otra cosa de valor, en cualquier cantidad de ninguna persona o empresa relacionada con el desempeño de servicios en nombre de Instinto Publicitario EIRL., salvo los honorarios estipulados contractualmente por servicios prestados y los gastos legítimos que serán reembolsados realizados en relación con el desempeño de dichos servicios.

El soborno es un delito y los actos de corrupción exponen a la empresa y a sus colaboradores en el proceso de riesgo, multas y encarcelamiento, así como la reputación de la empresa.

Esta política debe ser comunicada tanto interna como externamente. No se tolerará ningún acto de soborno y corrupción cometidos por cualquier miembro de la empresa. Cualquier violación de esa política será considerada como una falta grave y puede resultar en acción disciplinaria.

3. ¿Qué son el soborno y la corrupción?

El soborno y la corrupción tienen una serie de definiciones ante la ley, pero sus principios son universalmente aplicables. El soborno es ofrecer, prometer, dar, o aceptar una ventaja como un incentivo para una acción, ilegal, inmoral o un abuso de confianza, mientras que la corrupción es el abuso de autoridad o poder público para beneficio personal o el abuso de poder hacia las actividades de negocios privados fuera del alcance del gobierno.

Los actos de soborno y de corrupción llevan al individuo a actuar de manera deshonesta. Implica tanto las iniciativas de ventas, tales como licitación y contratación, o simplemente la realización de actividades administrativas, tales como las que se realizan para obtener licencias, permisos de aduanas, impuestos, o de importación o exportación. No importa si el acto de soborno es cometido antes o después de la celebración de las actividades mencionadas, igualmente dicho acto será sancionado.

4. ¿Qué es el soborno?

El soborno por lo general incluye la intención de corrupción, y por lo general ambas partes se benefician de manera deshonesta.

El soborno puede ser:

- Una promesa directa o indirecta, una oferta o compromiso, algo de valor.
- El dar o recibir cualquier gratificación, préstamo, honorario, recompensa u otra ventaja.
- Proporcionar asistencia técnica, donaciones o los votos diseñados para ejercer una influencia indebida.

5. ¿Quién puede involucrarse con el soborno o la corrupción?

A los ojos de la ley, el soborno y la corrupción puede ser cometido por:

- Cualquier empleado, funcionario, director o gerente.
- Cualquier persona que actúe en nombre de la empresa (representantes y otras personas).
- Las personas y organizaciones en las que permiten que un tercero lleve a cabo estos actos.

6. ¿Cuándo suelen surgir el soborno y la corrupción?

Los riesgos de fraude y de corrupción son típicamente clasificados en las siguientes categorías:

Regalos, entretenimiento y hospitalidad.

En este rubro se incluyen la recepción o la oferta de regalos, comidas o recuerdos de aprecio y gratitud, o invitaciones a eventos, funciones u otras reuniones sociales, con

respeto a las cuestiones relativas a nuestra empresa. Estas actividades son aceptables si se enmarcan dentro de los límites de valor razonable y la ocurrencia.

No es aceptable:

Circunstancias que nunca se deben permitir, incluye ejemplos que involucran:

Un favor para obtener algo (que ofrece a cambio de algo).

Regalos en forma de efectivo/cupones o su equivalente en efectivo.

Entretenimiento de naturaleza sexual o inapropiada de manera similar.

Como regla general, en Instinto Publicitario, no recibimos regalos.

Si la situación no está comprendida en una de las categorías anteriores, por favor busque el consejo de la Gerencia de la empresa.

7. ¿Cómo plantear inquietudes?

Todos los miembros de Instinto Publicitario, tienen la responsabilidad de ayudar a detectar, prevenir y denunciar situaciones no sólo de soborno, sino también otras actividades ilegales o sospechosas.

Si usted tiene alguna preocupación con respecto a una situación de soborno y/o corrupción, por favor repórtelo. Cuanto más rápido se actúe, mejor para todos. Si usted está preocupado de que un acto de corrupción se está considerando o realizando en Instinto Publicitario, por uno de nuestros colaboradores, terceros o por uno de nuestros competidores, debe informar del problema a través del correo: contacto@instinto-publicitario.com

8. Conclusión

Es responsabilidad directa de la Gerencia de Instinto Publicitario, el fortalecer constantemente esta política anti soborno y anticorrupción, así como sus principios básicos y directrices y monitorear constantemente que se cumpla esta política y reportar las faltas a la Gerencia de la empresa.