

1. OBJETIVO

Establecer el código de ética para las negociaciones realizadas por Prana Publicist S.A.S, indicando las consideraciones necesarias que deben garantizar la transparencia de los procesos, evitando el fraude, sobornos, corrupción y en general negocios no éticos.

2. ALCANCE Y RESPONSABLE

Este código aplica a todas las actividades relacionadas con la compra, venta y negociación de propuestas comerciales, así como la ejecución de contratos, proyectos, compra de materiales y contratación de servicios.

RESPONSABLE

Es responsabilidad del Gerente Administrativo y Gerente Operativo promover en toda la organización los negocios éticos.

Es responsabilidad del Director Comercial y Marketing, Jefe de Costos y Compras, Asesores comerciales, coordinador logístico, Líder de compras, realizar negociaciones de materiales, herramientas, insumos y servicios que cumplan con procesos de negociación transparentes.

Además de los cargos que intervengan en la consecución y negociación de un producto y/o servicio a prestar por parte de Prana Publicist S.A.S.

3. DEFINICIONES

Comercio: Se denomina comercio a la actividad socioeconómica consistente en el intercambio de algunos materiales que sean libres en el mercado de compra y venta de bienes y servicios, sea para su uso, para su venta o su transformación.

Conflicto de intereses. Situación que surge cuando un profesional de la dirección comercial se enfrenta con la toma de una decisión o medida que beneficiará al profesional o a otra persona u organización con la que el profesional tiene un deber de lealtad y a la vez causará daño a otra persona u organización con la que el profesional también tiene un deber de lealtad.

La única manera en que los profesionales pueden resolver deberes en conflicto es revelar el conflicto a las personas afectadas y permitirles tomar la decisión sobre cómo debería proceder el profesional.

Deber de lealtad. Responsabilidad de una persona, legal o moral, de promover lo que mejor conviene a una organización o a un tercero con quien dicha persona está asociada.

4. REFERENCIA

Normatividad legal y técnica específica aplicable en la prestación del servicio.

Código del comercio

Código de Ética SMETA – 4 Pilares

5. NORMAS

Todas las actividades realizadas en la comercialización y cierre de negocios de la prestación del servicio según la clasificación económica de la empresa, dentro del marco de los siguientes valores: responsabilidad, respeto, equidad y honestidad.

6. DESCRIPCIÓN

6.1 Introducción al Código de Ética:

Como profesionales responsables de la Gestión Comercial de Prana Publicist S.A.S, nos comprometemos a actuar de manera correcta y honorable, tomando decisiones sensatas, en todo momento y en las situaciones difíciles en las que quizás se nos pida que se comprometa nuestra integridad o nuestros valores.

6.2.1 Descripción de Responsabilidad

Por responsabilidad se hace referencia a nuestra obligación de hacernos cargo de las decisiones que tomamos y de las que no tomamos, de las medidas que tomamos y de las que no, y de las consecuencias que resultan.

6.2.1 Responsabilidad: Normas ideales

Como trabajadores que intervienen en la consecución y negociación de productos y/o servicios:

- a) Tomamos decisiones y medidas basándonos en lo que mejor conviene a los intereses de la sociedad, la seguridad pública y el medio ambiente.
- b) Únicamente aceptamos aquellas asignaciones que se condicen con nuestros antecedentes, experiencia, habilidades y preparación profesional.
- c) Cumplimos los compromisos que asumimos, hacemos lo que decimos que vamos a hacer.
- d) Cuando cometemos errores u omisiones, nos responsabilizamos por ellos y los corregimos de inmediato. Cuando descubrimos errores u omisiones realizados por terceros, los comunicamos de inmediato al organismo pertinente. Nos hacemos responsables por cualquier problema que se origine a raíz de nuestros errores u omisiones, y de las consecuencias que de ellos resulten.
- e) Protegemos la información confidencial o de propiedad exclusiva que se nos haya confiado.
- f) Ratificamos este Código de ética y asumimos la responsabilidad de su cumplimiento.

6.2.2 Responsabilidad: Normas obligatorias

Como trabajadores que intervenimos en la consecución y negociación de productos y/o servicios, exigimos lo siguiente de nosotros mismos y de nuestros colegas:

Normativas y requisitos legales:

- a) Nos informamos acerca de las políticas, reglas, normativas y leyes que rigen nuestras actividades laborales, profesionales y voluntarias, y las respetamos.
- b) Denunciamos las conductas ilegales o contrarias a la ética ante la dirección correspondiente y, si fuera necesario, ante las personas afectadas por dicha conducta.

Denuncias éticas:

- a) Informamos al organismo pertinente sobre las violaciones al presente Código, a fin de que se expida al respecto.
- b) Únicamente presentamos denuncias éticas cuando se fundan en hechos.
- c) Llevamos adelante acciones disciplinarias contra cualquier persona que tome represalias contra otra que formule inquietudes de índole ética.

6.3 Descripción de Respeto

Respeto es nuestro deber de demostrar consideración por nosotros mismos, los demás y los recursos que nos fueron confiados. Estos últimos pueden incluir personas, dinero, reputación, seguridad de otras personas y recursos naturales o medioambientales.

Un ambiente de respeto genera confianza y excelencia en el desempeño al fomentar la cooperación mutua: un ambiente en el que se promueve y valora la diversidad de perspectivas y opiniones.

6.3.1 Respeto: Normas ideales

Como trabajadores que intervenimos en la consecución y negociación de productos y/o servicios:

Nos informamos sobre las normas y costumbres de los demás, y evitamos involucrarnos en comportamientos que ellos podrían considerar irrespetuosos.

- a) Escuchamos los puntos de vista de los demás y procuramos comprenderlos.
- b) Nos dirigimos directamente a aquellas personas con quienes tenemos un conflicto o desacuerdo.
- c) Nos comportamos de manera profesional, incluso cuando no somos correspondidos de la misma forma.

6.3.2 Respeto: Normas obligatorias

Como trabajadores que intervenimos en la consecución y negociación de productos y/o servicios, exigimos lo siguiente de nosotros mismos y de nuestros colegas:

- a) Negociamos de buena fe.
- b) No nos aprovechamos de nuestra experiencia o posición para influir en las decisiones o los actos de otras personas a fin de obtener beneficios personales a costa de ellas.
- c) No actuamos de manera abusiva frente a otras personas.
- d) Respetamos los derechos de propiedad de los demás.

6.4 Descripción de Equidad

Equidad se refiere a nuestro deber de tomar decisiones y actuar de manera imparcial y objetiva. Nuestra conducta no debe presentar intereses personales en conflicto, prejuicios ni favoritismos.

6.4.1 Equidad: Normas ideales

Como trabajadores que intervenimos en la consecución y negociación de productos y/o servicios:

- a) Demostramos transparencia en nuestro proceso de toma de decisiones.
- b) Revisamos constantemente nuestros criterios de imparcialidad y objetividad, y realizamos las acciones correctivas pertinentes.

- c) Brindamos acceso equitativo a la información a quienes están autorizados a contar con dicha información.
- d) Procuramos que haya igualdad de acceso a oportunidades para aquellos candidatos que sean idóneos.

6.4.2 Equidad: Normas obligatorias

Como trabajadores que intervenimos en la consecución y negociación de productos y/o servicios, exigimos lo siguiente de nosotros mismos y de nuestros colegas:

Situaciones de conflicto de intereses:

- a) Revelamos de manera íntegra y proactiva a los interesados pertinentes cualquier conflicto de intereses potencial o real.
- b) Cuando nos damos cuenta de que estamos frente a un conflicto de intereses real o potencial, nos abstenemos de participar en el proceso de toma de decisiones o de intentar influir de otro modo en los resultados, excepto o hasta que: hayamos revelado íntegramente la situación a los interesados afectados, contemos con un plan de mitigación aprobado y hayamos obtenido el consentimiento de los interesados para proceder.

Favoritismo y discriminación

- a) No contratamos ni despedimos, recompensamos o castigamos, adjudicamos o denegamos contratos basándonos en consideraciones personales, incluyendo el favoritismo, el nepotismo o los sobornos, entre otras.
- b) No discriminamos a otras personas sobre la base de factores como, entre otros, el género, la raza, la edad, la religión, la discapacidad, la nacionalidad o la orientación sexual.
- c) Aplicamos las normas de la organización sin favoritismos ni prejuicios.

6.5 Descripción de Honestidad

Honestidad es nuestro deber de comprender la verdad y actuar con sinceridad, tanto en cuanto a nuestras comunicaciones como a nuestra conducta.

6.5.1 Honestidad: Normas ideales

Como trabajadores que intervenimos en la consecución y negociación de productos y/o servicios:

- a) Procuramos comprender la verdad con seriedad.
- b) Somos sinceros en nuestras comunicaciones y en nuestra conducta.
- c) Proporcionamos información precisa de manera oportuna.
- d) Las promesas que hacemos y los compromisos que fijamos, ya sean implícitos o explícitos, son de buena fe.
- e) Nos esforzamos por crear un ambiente en el que los demás se sientan seguros para decir la verdad.

Honestidad: Normas obligatorias

Como trabajadores que intervenimos en la consecución y negociación de productos y/o servicios, exigimos lo siguiente de nosotros mismos y de nuestros colegas:

- a) No nos involucramos ni aprobamos comportamientos tendientes a engañar a terceros, entre ellos, realizar declaraciones falsas o engañosas, decir verdades a medias, proporcionar información fuera de contexto o retener información que, si se conociera, convertiría nuestras declaraciones en engañosas o incompletas.
- b) No nos involucramos en comportamientos deshonestos para beneficio de la organización, ni personal, a costa de terceros.

7. MARCO DE ACTUACIÓN

7.1 Código de Ética

Prana Publicist S.A.S tiene definidos estándares éticos con los que la Empresa y los trabajadores desarrollarán sus relaciones laborales, personales e institucionales.

7.1.1 Responsabilidad Social Empresarial

Prana Publicist S.A.S ha adoptado la Responsabilidad Social Empresarial como un principio básico de actuación que orienta las relaciones con la sociedad; está definida como la proyección de la Empresa hacia la sociedad, basada en interacciones productivas y armoniosas con sus grupos de interés; contribuyendo a la protección ambiental, al desarrollo social, al crecimiento económico, logrando impactar positivamente en el desarrollo sostenible y en la creación de valor.

Los siguientes actores se han identificado como los grupos de interés, con cada uno de los cuales se tiene compromisos explícitos.

Grupo de Interés	Compromiso
Sociedad	Contribuir a la sostenibilidad del entorno en términos de desarrollo social y crecimiento económico.
Trabajadores y sus familias	Crear las condiciones para el desarrollo integral y armónico de los trabajadores y de sus familias, y promover la participación de los trabajadores en el desarrollo empresarial
Accionistas	Incrementar el valor de la empresa y mantener prácticas de Buen Gobierno
Proveedores	Crear y fortalecer las relaciones de mutuo beneficio.
Clientes	Ofrecer un servicio confiable y de alta calidad, con la oportunidad requerida
Autoridades y entes de control	Brindar la información requerida a las distintas instancias de control, y actuar siempre bajo postulados éticos y legales.

7.1.2 Selección de Proveedores – Adquisición de Bienes y Servicios

La adquisición de bienes y servicios requeridos para asegurar la continuidad en el desarrollo de las actividades de Prana Publicist S.A.S, de acuerdo con sus estrategias y su Plan de Negocios, obedecerá a criterios objetivos y a principios de buena fe, transparencia, economía, equidad, responsabilidad, autocontrol, celeridad y responsabilidad social y ambiental.

7.1.3 Inhabilidades e impedimentos

Todo oferente, al momento de presentar oferta, deberá pronunciarse expresamente sobre sus relaciones comerciales o de parentesco con quienes ostentan la calidad de directivos, administradores o ejecutivos, revisor fiscal o empleados de Prana

Publicist S.A.S así como sobre los incumplimientos o sanciones que le hayan sido impuestas o declaradas judicialmente con

ocasión de su actividad contractual en los últimos tres años, en caso de presentarse alguna de las causales enunciadas anteriormente de conflicto de intereses, el caso se llevará a ser estudiado por la Gerencia, quien dará las directrices y acciones a tomar en cada caso en particular.

7.1.4 Antifraude

Prana Publicist S.A.S busca formalizar su voluntad estratégica de la no tolerancia respecto al fraude, estableciendo lineamientos corporativos y responsabilidades para prevención, detección, investigación y respuesta.

Se define el fraude, como cualquier acto o su tentativa, u omisión realizada intencionalmente para obtener un provecho indebido, en detrimento de los principios e intereses organizacionales. El fraude está conformado por cuatro categorías principales, así:

7.1.4.1 Corrupción

Abuso de posiciones de poder o de confianza, para beneficio particular. A continuación se incluyen algunos casos contemplados en esta categoría, los cuales no limitan la existencia de otros adicionales:

- ✓ Ofrecer o solicitar, entregar o recibir, bienes en dinero o en especie, en servicios o beneficios, a cambio de acciones, decisiones u omisiones.
- ✓ Aceptar dádivas, para el empleado o sus familiares, cuyo tipo y monto hayan sido expresamente prohibidas en el Código de Ética y buen gobierno u otro documento institucional.

7.1.4.2 Manejo inadecuado de activos de información

Crear, acceder, eliminar, modificar, alterar, divulgar o usar activos de información de manera inapropiada y/o dolosa con fines indebidos o para beneficio personal. A continuación se incluyen algunos tipos de activos de información contemplados en esta categoría, los cuales no limitan la existencia de otros adicionales:

- ✓ Activos de información en otros medios físicos y/o electrónicos (videos, audios, etc.): es la información estructurada y no estructurada que reside en otros medios distintos al digital y que la organización directamente le asigna un valor, por lo cual debe protegerse.
- ✓ Elemento de TI: productos que soportan la gestión de activos digitales de información.
- ✓ Esto incluye, pero no está limitado a: estaciones de trabajo, sistemas operativos, dispositivos móviles, impresoras, software, medios de almacenamiento, servidores, cuentas de usuarios, navegación en Internet, redes, correo electrónico, servicio de transferencia de archivos, entre otros.

7.1.4.3 Falsedad de informes

Creación, eliminación, modificación, alteración o divulgación de cualquier tipo de información tendiente a distorsionar la realidad del desempeño propio, de la empresa en general, o de terceros. Incluye la supresión de información material (que afecte la toma de decisiones). A continuación se incluyen algunos casos contemplados en esta categoría, los cuales no limitan la existencia de otros adicionales:

- ✓ Suministro de información falsa para encubrir desempeño deficiente o para acceder a bonificaciones.
- ✓ Utilizar falsos reportes para engañar a inversionistas, entidades financieras, reguladores o terceros en general.
- ✓ Manipulación de estados financieros: reconocimiento inapropiado de ingresos, sobreestimación o subestimación de activos, subestimación de pasivos, estimados significativos y no acordes con la realidad del negocio, entre otros.

- ✓ Ocultamiento y violación deliberada a normas cambiarias, impositivas, contables, de seguridad industrial, salud ocupacional, ambientales, del mercado energético, en general de la normatividad aplicable Prana Publicist S.A.S

El fraude puede involucrar hechos deshonestos de clientes, proveedores, representantes, competidores, colaboradores, ex colaboradores, administradores, directivos o terceros en general, por lo tanto, el fraude puede contextualizarse a partir de las fuentes que lo originan:

- ✓ Fraude interno: hechos fraudulentos realizados al interior de la empresa por parte de sus trabajadores, directivos, administradores o representantes.
- ✓ Fraude externo: hechos fraudulentos realizados por personas externas a la empresa y como proveedores, contratistas, clientes y terceros en general.
- ✓ Fraude mixto: hechos fraudulentos cometidos mediante el concurso o la participación de actores internos de las empresas o personas externas, es decir, son aquellos hechos en los cuales uno de estos actores que cuentan con la complacencia o complicidad (por acción u omisión) de otro elemento de la cadena, con el propósito de cometer un fraude.

7.1.4.4 Apropriación o uso indebido de recursos financieros y otros bienes de la empresa

Cambio ilícito de destinación o uso indebido de los recursos financieros y otros bienes de la empresa y/o administrados por ella, para favorecer intereses propios o de terceros. A continuación se incluyen algunos casos contemplados en esta categoría, los cuales no limitan la existencia de otros adicionales:

- ✓ Apropriación o uso indebido de bienes, equipos o inventarios, malversación de fondos, pagos a proveedores ficticios, pagos dobles, manipulación de excedentes de tesorería, apropiación de dineros, inadecuada utilización de fondos de caja menor, entre otros, cuya propiedad sea de la empresa o administrados por ella.
- ✓ Conceptos ficticios de compensación.
- ✓ Sobrepasso de los límites autorizados de gasto.

7.1.5 Mecanismos de prevención, detección, investigación y respuesta al fraude

La evaluación de la exposición al riesgo de fraude es fundamental para lograr una gestión efectiva del mismo. Su análisis ayuda a:

- ✓ Comprender los posibles riesgos específicos de fraude a los que la empresa se ve expuesta;
- ✓ Identificar posibles deficiencias en su administración y
- ✓ Establecer e implementar mecanismos efectivos para su prevención, detección, investigación, y respuesta.

Dicha evaluación debe realizarse tanto a nivel estratégico como operativo en forma sistemática y periódica.

A continuación, se exponen los mecanismos mínimos de prevención, detección, investigación y respuesta que Prana Publicist S.A.S debe implementar, acorde con los criterios expuestos en este Código:

7.1.5.1 Prevención

Los mecanismos de prevención están destinados a minimizar la probabilidad de ocurrencia de casos de fraude y de esta manera, limitar la exposición a ellos.

En este sentido es importante adoptar un enfoque coherente e integrado que tenga en consideración todos los elementos definidos en el Marco de Referencia Corporativo, así como en guías institucionales, procedimientos y normatividad interna en general, de tal forma que todos operen efectivamente.

De esta manera, se adopta una sólida estrategia de prevención del riesgo de fraude, y se propende por incorporarla en la gestión del día a día.

7.1.5.2 Prácticas de gestión del talento humano

Dada la importancia del factor humano en la prevención de los riesgos, en particular del fraude, es necesario evaluar los mecanismos existentes, relacionados con los procesos para la gestión del talento humano y se establezca la suficiencia y pertinencia de los mismos en este propósito.

Ofrecer inducción sobre el Código de Ética y Código de Buen Gobierno a cada uno de los trabajadores y contratistas y hacer periódicamente (por lo menos una vez al año y durante el tiempo de vinculación del funcionario) una actualización de los valores y conceptos incluidos en el Código.

- ✓ Ofrecer capacitaciones periódicas y diferenciadas a los administradores y funcionarios, de acuerdo con su nivel de responsabilidad, sobre los riesgos de fraude o corrupción a los que está expuesta la empresa y las consecuencias que éstos podrían tener.
- ✓ Alentar y animar a los administradores y funcionarios a denunciar y reportar cualquier incidente de fraude o corrupción.
- ✓ Fomentar un criterio de autocontrol que permita a los trabajadores y contratistas ejecutar de forma efectiva y eficiente las actividades y procesos que administran en su gestión diaria.
- ✓ Acciones que pueden constituir fraude

7.1.5.3 Programas de autocontrol

Un criterio fundamental en la gestión del riesgo de fraude es el autocontrol, de tal forma que todos los trabajadores ejecuten en forma efectiva y eficiente las actividades y procesos que administran en su gestión diaria.

7.1.5.4 Prácticas de contratación

De acuerdo con lo establecido en la Política para la Adquisición de Bienes y Servicios, la transparencia es un criterio fundamental de aplicación y la define así: “Los procesos de adquisición deben realizarse con base en procedimientos claros, imparciales y objetivos que garanticen la igualdad de condiciones y oportunidades de los proponentes”.

Adicionalmente, se deberán ajustar los procedimientos existentes en cada empresa, de tal forma, que este Código sea de obligatorio cumplimiento, tanto cuando se actúa como contratante y contratista.

7.1.5.5 Auditorías

La existencia de auditorías periódicas en Prana Publicist S.A.S, como un mecanismo preventivo, constituyen un elemento fundamental dentro del sistema de control interno y ayudan a generar un adecuado ambiente de control.

7.2 PRANA PUBLICIST S.A.S Y SU GOBIERNO

7.2.1 Asamblea General de Accionistas

Es el órgano supremo de dirección de Prana Publicist S.A.S, conformada por los accionistas, o sus representantes debidamente facultados mediante poder, reunidos con el quórum y en las condiciones previstas en los Estatutos y en la ley.

Las reuniones de la Asamblea General de Accionistas podrán ser ordinarias o extraordinarias y serán presididas por quien designe la mayoría de los accionistas asistentes.

En todos los casos, la convocatoria para las reuniones de la Asamblea General de Accionistas se hará mediante citación personal a todos los accionistas, con carta enviada a la dirección física o electrónica registrada en la empresa, o por medio de aviso publicado en un periódico o diario de los de mayor circulación nacional, entendiéndose que bastará utilizar, para tal efecto, uno sólo de los medios de citación mencionados.

7.2.1.1 Reuniones Ordinarias

Las reuniones ordinarias de la Asamblea General de Accionistas se celebraran dentro del primer trimestre de cada año, en la fecha y hora indicada por el Gerente en la convocatoria para la Asamblea con los siguientes propósitos:

- a) Estudiar los informes del Gerente sobre el estado del negocio y el informe del Revisor Fiscal, y examinar la situación general de la sociedad.
- b) Designar al Revisor Fiscal y su suplente, fijando su remuneración conforme a la ley y removerlos libremente.
- c) Examinar y aprobar o improbar las cuentas y el balance de fin de año, junto con sus anexos.
- d) Repartir las utilidades sociales y decidir la creación de reservas ocasionales y, de ser aplicable, acerca de la distribución de las utilidades y la forma y término de pago de las mismas.
- e) Adoptar todas las medidas orientadas a garantizar el cumplimiento del objeto social.
- f) Autorizar cualquier aumento de capital y cualquier reforma de los Estatutos de la Sociedad.
- g) Tomar las decisiones que se requieran sobre cualquier proposición hecha por los accionistas.
- h) Aprobar la constitución de sociedades o la participación en las ya existentes.
- i) Determinar como causa de disolución el que la sociedad no haya cumplido con sus actividades de acuerdo con los términos de los Estatutos.
- j) Decidir de acuerdo con los estudios que se realicen la factibilidad del proyecto.

La convocatoria de la Asamblea a sesiones ordinarias se hará por el Gerente o por la Gerencia de la Sociedad, con una anticipación no menor a quince (15) días a la fecha de la reunión respectiva.

Si concluido el mes de marzo, la Asamblea no hubiere sido convocada a su reunión ordinaria, se reunirá por derecho propio el primer día hábil del mes de abril a las diez de la mañana (10:00) en las oficinas del domicilio principal donde funciona la administración de la sociedad.

7.2.1.2 Reuniones Extraordinarias

Se verificarán por convocatoria de la Gerencia, del Gerente de la Sociedad o del Revisor Fiscal. Cualquiera de los órganos mencionados deberá convocar la Asamblea General de Accionistas cuando lo solicite un número de accionistas que represente, por lo menos, la cuarta parte del capital suscrito.

Estas reuniones se llevarán a cabo cuando lo requieran las necesidades imprevistas o urgentes de la Sociedad, en el domicilio principal, el día, la hora y en el lugar indicado en la convocatoria.

En estas reuniones, la Asamblea no podrá tomar decisiones sobre temas no incluidos en el orden del día, pero por decisión de la mayoría de los votos presentes podrá ocuparse de otros temas una vez agotado el orden del día.

7.2.1.3 Quórum deliberatorio

La Asamblea General podrá deliberar con un número plural de accionistas que representen, por lo menos, la mitad más una de las acciones suscritas en la fecha de la reunión.

7.2.1.4 Quórum decisorio ordinario

Por regla general, las decisiones de la Asamblea General de Accionistas se adoptarán por un número plural de accionistas que corresponda a la mayoría de los votos presentes, salvo los casos en que la ley o los Estatutos exijan una mayoría calificada.

Con excepción de las que legalmente requieren mayorías calificadas, las decisiones se tomarán con la mayoría de las acciones presentes. Cada accionista podrá emitir tantos votos como acciones posea, pero todas las decisiones requieren del voto favorable de un número plural de accionistas.

7.2.1.5 Actas de las reuniones

De lo ocurrido en las reuniones de la Asamblea de Accionistas, se dejará constancia en un libro de actas registrado en la Cámara de Comercio del domicilio social, que firmarán el Presidente y Secretario de la Asamblea o, en su defecto, el Revisor Fiscal. Gerencia

La administración de Prana Publicist S.A.S, su representación legal y la gestión de sus negocios, están a cargo del Gerente General. Éste es designado por la Gerencia de conformidad con lo establecido en los Estatutos, para periodos de un año, atendiendo a criterios de idoneidad, conocimientos, experiencia y liderazgo. Como representante legal tiene facultades para celebrar o ejecutar, sin otras limitaciones que las establecidas en los estatutos, todos los actos comprendidos en el objeto social o que se relacionen directamente con la existencia y funcionamiento de la empresa.

El Gerente podrá ser removido en cualquier época y reelegido indefinidamente.

El suplente del gerente reemplazara a este en sus faltas temporales y absolutas y tendrá las mismas facultades y obligaciones del gerente.

7.2.1.6 Funciones y Responsabilidades

Las funciones del Gerente se encuentran definidas en el manual de funciones del cargo. El Gerente deberá cumplir las siguientes funciones relacionadas con el gobierno de la empresa:

- ✓ Presentar a la Asamblea General de Accionistas, conjuntamente con la Gerencia, informes anuales sobre su gestión y sobre los sistemas, medidas o innovaciones que estime convenientes para el mejoramiento de la empresa y rendir las demás cuentas a la Asamblea General de Accionistas o a la Gerencia en cualquier momento, al final del año y cuando se retire del cargo.
- ✓ Informar trimestralmente a La Gerencia acerca del cumplimiento y comportamiento de los indicadores en cuanto a la operación, ingresos, gastos, ejecución, nombramiento de personal y demás aspectos inherentes a su gestión, así como a las metas a que se hubiere comprometido la empresa en sus planes de gestión y resultados o en convenios con otras entidades.
- ✓ Poner a disposición de los accionistas, por lo menos con quince (15) días de antelación a la reunión de la Asamblea General de Accionistas, el inventario, el balance, las cuentas, libros y demás comprobantes exigidos por la ley y una memoria razonada sobre la marcha de los negocios sociales con el proyecto de distribución de utilidades aprobado por la Gerencia. Este informe del Gerente deberá contener, además, las informaciones y los indicadores que se hayan establecido como metas en los planes de gestión y resultados, en los planes de acción o en los convenios de desempeño, si los hubiere.

7.2.2 Revisor Fiscal

El Revisor Fiscal y su suplente serán designados por la Asamblea General de Accionistas por un período de un (1) año; la Asamblea podrá removerlos en cualquier momento o reelegirlos indefinidamente.

El Revisor Fiscal o su suplente pueden ser personas naturales o jurídicas, deberán ser Contadores Públicos y estarán sujetas al régimen de inhabilidades, incompatibilidades, prohibiciones y responsabilidades que establecen las leyes vigentes sobre la materia.

7.2.2.1 Funciones

Las funciones del Revisor Fiscal emanan de la ley; no es representante de ningún accionista individualmente considerado y debe cumplir los requisitos de la ley para ser elegido y ejercer las funciones consignadas en el manual de funciones del cargo. El Revisor Fiscal tendrá como funciones principales las siguientes.

- ✓ Cerciorarse de que las operaciones que se realicen por cuenta de la Sociedad se ajusten a lo prescrito en los Estatutos Sociales y en las leyes, a las decisiones de la Asamblea General de Accionistas y la Gerencia.
 - ✓ Colaborar con las entidades gubernamentales que ejerzan la inspección y vigilancia de la Empresa y rendirles los informes a que hubiere lugar o que le sean solicitados.
 - ✓ Velar porque se lleven regularmente la contabilidad de la Sociedad y las actas de las reuniones de la Asamblea General de Accionistas y de La Gerencia y porque se conserven debidamente la correspondencia de la Sociedad y los comprobantes de las cuentas, impartiendo las instrucciones necesarias para tales fines.
 - ✓ Inspeccionar asiduamente los bienes de la Sociedad y procurar que se tomen oportunamente las medidas de conservación o seguridad de los mismos y de los que ella tenga en custodia o a cualquier otro título.
 - ✓ Autorizar con su firma cualquier balance que se haga con su dictamen o informe correspondiente.
-
- ✓ Cumplir las demás atribuciones que le asignen la ley o los Estatutos y las que siendo compatibles con las anteriores le encomiende la Asamblea General de Accionistas.

7.2.2.2 Remuneración

La remuneración del Revisor Fiscal será fijada por la Asamblea General de Accionistas. Prana Publicist S.A.S se abstendrá de celebrar contratos con el Revisor Fiscal para la prestación de servicios diferentes a los de Auditoría.

7.3 Controles

7.3.1 Controles Internos

Prana Publicist S.A.S está comprometido en estructurar el Sistema de gestión de la calidad como un conjunto de procesos que interactúan para asegurar los propósitos empresariales. El control se realizará mediante el fomento del autocontrol y de ciclo de auditoría interna a los elementos del Sistema.

De conformidad con los criterios y propósitos sobre el control organizacional y para su cumplimiento, Prana Publicist S.A.S ha adoptado el modelo de la estructura de un enfoque por procesos conforme a los requisitos de la norma ISO NTC 9001.

7.3.1.1 Gestión de Riesgos

Prana Publicist S.A.S está comprometida a identificar evaluar y valorar los riesgos que puedan afectar el logro de los objetivos empresariales, coherentes con el desarrollo del sistema de gestión de calidad en el numeral de la norma ISO 9001 referente a riesgos y oportunidades.

Los riesgos a los que se ve expuesta la Empresa son:

- ✓ **Externos:** Son todos los riesgos originados por factores externos. Se identifican principalmente, las alteraciones del orden público y los fenómenos naturales.
- ✓ **Internos:** Riesgos que provienen de los procesos inherentes al funcionamiento de la Empresa. Se subdividen en:
 - **Riesgos asociados a los objetivos estratégicos:** Son los que se derivan de las actividades orientadas al cumplimiento de los objetivos estratégicos. Principalmente son riesgos de construcción, financiación, del mercado y la regulación.
 - **Riesgos asociados a la organización:** Comprenden todos los hechos internos que trascienden los riesgos asociados a los objetivos estratégicos, pero que de manera directa o indirecta los pueden llegar a afectar. Estos se pueden derivar de la contratación y sus procesos; de los sistemas y la tecnología de información; de la información contable, financiera y tributaria, entre otros.

7.4 LOS ACCIONISTAS

Prana Publicist S.A.S reconocerá como accionista a quien aparezca debidamente inscrito en el Libro de Registro de Acciones, con el número de acciones registradas, las condiciones y actualizaciones anotadas.

Se expiden y entregan a todos los suscriptores de acciones los títulos o certificados en los que conste dicha condición, los cuales son expedidos conforme a las normas legales vigentes. Los certificados provisionales de acciones son transferibles bajo las mismas condiciones requeridas en los Estatutos para el traspaso de los títulos definitivos, y los cedentes y cesionarios son solidariamente responsables por el saldo no pagado.

7.4.1 Derechos

Todo accionista tendrá derecho a:

- ✓ Ser citado y a participar activamente, por si mismo o a través de un representante debidamente autorizado, en las deliberaciones y toma de decisiones en las reuniones ordinarias y extraordinarias de la Asamblea General de Accionistas.
- ✓ Sin importar el tipo de acción, tienen derecho a ser tratados de forma equitativa, respetuosa y prioritaria. Prana Publicist S.A.S dará el mismo trato en cuanto a petición, reclamación e información a sus accionistas, independientemente del número de acciones que represente.
- ✓ Revisar e inspeccionar libremente los libros, documentos y papeles de la Sociedad en los términos establecidos en la ley, los Estatutos y el Código de ética y Buen Gobierno. El balance y los libros estarán disponibles en las oficinas de la sociedad con una antelación mínima de quince (15) días al señalado para la reunión de la Asamblea.
- ✓ Percibir los dividendos que decreta la Asamblea General de Accionistas.
- ✓ Hacer recomendaciones a la Gerencia sobre el buen gobierno corporativo de la Sociedad y presentar propuestas relacionadas con la buena marcha de la Sociedad.

Además:

- ✓ Un número de accionistas que represente por lo menos una cuarta parte de las acciones suscritas de la sociedad tendrá derecho a solicitar al Gerente, a la Gerencia o al Revisor Fiscal que se convoque a reunión extraordinaria de la Asamblea General de Accionistas, si la consideran necesaria para garantizar sus derechos.
- ✓ Los accionistas privados pueden negociar libremente sus títulos de acuerdo a lo estipulado en los estatutos de la sociedad.

7.4.2 Deberes

- ✓ Actuar con lealtad hacia la Sociedad y abstenerse de participar en actos o conductas respecto de los cuales exista conflicto de intereses.
- ✓ En relación con la información de la Sociedad conocida en el ejercicio de sus derechos, los accionistas se abstendrán de revelarla a terceros y de utilizarla para obtener provecho propio o ajeno, distinto al derivado de la ejecución legítima de los derechos inherentes a su calidad de accionista.

7.5 CONFLICTOS DE INTERÉS

Se considera conflicto de interés cualquier situación en la cual una persona enfrente sus intereses con los de Prana Publicist S.A.S, en actividades propias o en el trato con terceros, ya sean proveedores, contratistas, clientes u otros, de tal manera que se afecte la libertad e independencia de la decisión, por diferencias en los motivos de quienes intervienen en la relación.

Todas las personas vinculadas a Prana Publicist S.A.S deberán actuar con la buena fe, diligencia y lealtad debida.

En relación con los conflictos de interés, los accionistas, miembros de Gerencia, el Gerente y Trabajadores deben:

- ✓ Evitar las situaciones en las que se les puedan presentar conflictos de interés.
- ✓ Desarrollar las actividades orientadas por los valores, principios, prácticas y declaraciones enunciados en el Marco de Actuación establecido en la Constitución, la ley y los reglamentos.

De presentarse un conflicto de interés en ejercicio de sus funciones, el Gerente, a los miembros de la Gerencia, o a sus Comités, éstos deberán:

1. Abstenerse de participar en la discusión y decisión sobre el tema de conflicto, aún si existe duda respecto de los actos que impliquen conflictos de interés.
2. Dejar constancia en las actas correspondientes.
3. En el evento en que se presente conflicto de interés a los miembros de la Gerencia y con ocasión del mismo no pueda conformarse quórum, los impedimentos deberán ser tramitados ante la Asamblea General de Accionistas.

De presentarse un conflicto de interés a un trabajador en ejercicio de sus funciones, éste deberá:

4. Suspender toda actuación e intervención directa o indirecta en las actividades y decisiones que tengan relación con el conflicto.
5. Informar por escrito del conflicto a su superior inmediato, en este caso, el superior inmediato debe designar otro trabajador para que dé continuidad a las actividades donde se presenta el conflicto de interés, lo anterior sin perjuicio de lo previsto en la legislación aplicable en materia de conflictos de interés.

7.5.1 Solución de conflictos

Las diferencias que ocurran entre los accionistas o entre éstos y la Sociedad, durante su existencia ordinaria, o en su período de liquidación, se solucionarán acudiendo a los siguientes mecanismos:

- ✓ Arreglo directo entre las partes.
- ✓ Si no se llega a un acuerdo, se procederá a la conciliación por cualquiera de los medios previstos en la Ley.
- ✓ Si tampoco se consigue una solución, se procederá de común acuerdo a nombrar un amigable componedor.
- ✓ Si persiste el conflicto, las partes someterán su diferencia ante un Tribunal de Arbitramento compuesto por tres árbitros para que decidan en derecho.
- ✓ Si existe desacuerdo en la designación conjunta de los árbitros, cualquiera de las partes podrá pedir a la Cámara de Comercio de Bogotá para que los elija y su fallo será en derecho.

7.6 DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN

Prana Publicist S.A.S dará a conocer la información general de la Empresa, relacionada con su gobierno, organización, planes, resultados financieros y de gestión a la asamblea de accionistas.

Prana Publicist S.A.S ofrecerá siempre un trato igualitario para todos los accionistas en todo lo relacionado con el ejercicio de sus derechos, especialmente peticiones, reclamaciones y requerimientos de información. Este trato se dará sin considerar el número de acciones que represente.

Ningún trabajador podrá revelar las operaciones confidenciales de la sociedad, salvo que lo exijan entidades o funcionarios que de acuerdo con los estatutos puedan conocerlo, o alguna autoridad facultada legalmente.

Los accionistas sólo podrán informarse de las operaciones sociales durante el término que la ley les concede para hacer uso de este derecho. En ningún caso este derecho se extenderá a los documentos que versen sobre el secreto industrial o

cuando se trate de datos que de ser divulgados puedan ser utilizados en detrimento de la sociedad o actividades de la misma.

7.6.1 Mecanismos de Divulgación

Para que sus accionistas cuenten con información relevante para el seguimiento y toma de decisiones sobre su inversión, Prana Publicist S.A.S les suministrará información sobre la gestión empresarial y el Gobierno Corporativo de acuerdo con este Código, y se compromete a aclarar cualquier inquietud que éstos presenten hasta donde le sea permitido y sin perjuicio del deber de preservar la información de carácter confidencial tal como se describe en el presente documento.

Con objeto de mantener informados a los accionistas e inversionistas de la empresa, Prana Publicist S.A.S en su página Web, www.pranapublicist.com publicará periódicamente la información relevante de la empresa en ella se podrán realizar consultas o solicitar información.

Prana Publicist S.A.S proporcionará la información solicitada por terceros en los términos descritos en este Código, siempre y cuando no se trate de información calificada como secreta o reservada por la ley y cuya publicación no cause detrimento a la empresa o a terceros que en virtud de acuerdos de confidencialidad hubieran proporcionado su información.

7.7 CUMPLIMIENTO CÓDIGO BUEN GOBIERNO

La Gerencia de Prana Publicist S.A.S es el organismo encargado de velar por el cumplimiento de las disposiciones contenidas en el Código de Ética y Buen Gobierno.

Cuando un accionista considere que se ha desconocido o violado una norma del Código de Ética y Buen Gobierno, podrá dirigirse por escrito al gerente. El documento deberá llevar nombre, cédula de ciudadanía, dirección completa y teléfono del reclamante, para garantizar que será posible enviar la respuesta a su solicitud.

El Gerente remitirá la solicitud a la Gerencia, la que estudiará y responderá la misma.

La Gerencia y el Gerente presentarán durante la Asamblea General Ordinaria de Accionistas un informe detallado sobre el cumplimiento del Código de ética y Buen Gobierno.

7.8 CANALES DE INFORMACIÓN

Todas las partes interesadas que detecten cualquier situación irregular citada en el presente documento podrá reportar de manera confidencial al correo: lineaetica@pranapublicist.com

8. CONTROL DE DOCUMENTOS

N° Versión	Fecha	Elaborado por	Revisado por	Aprobado por	Descripción del cambio
03	20/06/2019	Monica Rosas	Ángel Herrera	Pablo Herrera	Actualización e inclusión de temas como resolver conflictos
		Asesor Sistemas de Gestión	Gerente Operaciones	Gerente Administrativo	
		Firma	Firma	Firma	

02	01/02/2019	Mónica Rosas	Ángel Herrera	Pablo Herrera	Actualización de cargos y Revisión de la información
		Asesor de Sistemas de Gestión	Gerente Operaciones	Gerente Administrativo	
		Firma	Firma	Firma	
01	05/04/2016	Mónica Rosas	Ángel Herrera	Pablo Herrera	Primera Versión
		Asesor de gestión	Gerente Operaciones	Gerente Administrativo	

DEL TRIBUNAL DE ETICA EN LA EMPRESA PRANA PUBLICIST S.A.S
NIT. 830.098.884-6

El Código de Etica y el correspondiente reglamento de la aplicación del código de ética, se entiende como un instrumento más para el adecuado desarrollo de las relaciones de carácter laboral, comercial y personal de las personas que intervienen en las actividades diarias de la empresa Prana Publicist S.A.S. y que tienen por finalidad establecer condiciones, derechos y obligaciones a las que deben sujetarse los trabajadores, colaboradores externos y la empresa representada en las personas de dirección, manejo y confianza, en la regulación de las relaciones obrero-patronales; comerciales e interpersonales; en concordancia con las normas legales y éticas vigentes.

CAPÍTULO I

ARTICULO. 1º—DE LA CONFORMACION DEL TRIBUNAL DE ETICA. El tribunal de ética de la empresa Prana Publicist S.A.S., se halla compuesto por el GERENTE ADMINISTRATIVO; el GERENTE OPERATIVO y los líderes de proceso correspondientes a: GESTION HUMANA; GESTION COMERCIAL; GESTION DE ARTE; GESTION DE PROPUESTAS; GESTION DE PRODUCCION; GESTION LOGISTICA Y GESTION ADMINISTRATIVA; para un total de nueve miembros permanentes en la conformación del tribunal.

CAPITULO II

ARTICULO. 2º- DEL FUNCINAMIENTO DEL TRIBUNAL DE ETICA. El Tribunal de ética, ha de funcionar como cuerpo colegiado, es decir, contara con una comisión de investigación y juzgamiento en primera instancia; integrada por tres personas, siendo uno de ellos el GERENTE OPERATIVO o el GERENTE ADMINISTRATIVO y dos líderes de proceso; que se ha de integrar en forma rotativa y conforme a la división de la empresa en la cual ocurra el presunto hecho transgresor de las políticas de ética empresarial acá establecidas; con exclusión del o los líderes de sección o Gerente Operativo que se hallaren siendo objeto de investigación, si ello fuere el caso.

ARTICULO 3º- FUNCIONES DE LA COMISION DE INVESTIGACIÓN Y JUZGAMIENTO EN PRIMERA INSTANCIA. Es la encargada de verificar la existencia o no de elementos de los cuales pueda deducirse en forma razonada si ha ocurrido un hecho antiético, que atente contra los principios básicos establecidos en el código de ética y el articulado que lo desarrolla.

ARTICULO 4º- DEL TERMINO DE INVESTIGACION DE LA OCURRENCIA O NO DEL HECHO INVESTIGADO. La comisión de investigación cuenta con un plazo de ocho (8) días hábiles para determinar la existencia o no del hecho puesto en conocimiento de la misma; prorrogables por otro terminoexactamente igual al inicial, si ello fuera necesario. Vencido el plazo, se debe tomar una de dos determinaciones a saber: archivo de la investigación o formulación de pliego de cargos.

ARTICULO 5°- FORMULACION DE PLIEGO DE CARGOS. Formulado el pliego de cargos, se debe notificar al INVESTIGADO DE LA PRESUNTA CONDUCTA ANTIETICA, sobre las conductas que se consideran transgredidas, las pruebas que existan para la fundamentación del cargo, a fin que este se pronuncie sobre los cargos formulados y las pruebas existentes si él así lo considera y bien puede guardar silencio, sin que ello se considere un indicio en su contra, en aras de preservar su derecho a la no autoincriminación conforme al artículo 33 de la Constitución Nacional; podrá solicitar la práctica de pruebas que considere conducentes y necesarias. El termino del traslado ha de ser por cinco (5) días hábiles.

CAPITULO III

ARTICULO 6°- Vencido el termino del traslado de los cargos formulados, se han de decretar dentro de los tres (3) días subsiguientes las pruebas y se señalara fecha para el desarrollo de audiencia de debate de pruebas y juzgamiento; entre el decreto de pruebas y el Juzgamiento no puede haber un lapso inferior a diez (10) días hábiles, al cabo de los cuales se ha de desarrollar la audiencia de debate de pruebas y juzgamiento, con emisión de fallo de Primera Instancia.

ARTICULO 7°- DE LA APELACION. El fallo emitido en primera instancia, es susceptible del recurso de APELACIÓN, que debe ser interpuesto y sustentado al momento mismo de emisión del fallo de primera instancia.

ARTICULO 8°- DEL TRAMITE DE LA SEGUNDA INSTANCIA. La segunda instancia, se ha de surtir en sala plena integrada por cinco miembros del Tribunal de Etica, que no hayan participado en el desarrollo de investigación y juzgamiento de primera instancia, encabezados por el GERENTE ADMINISTRATIVO u OPERATIVO, que no haya participado en el desarrollo de la PRIMERA INSTANCIA y por los lideres de proceso, que no hayan intervenido en el proceso de investigación y juzgamiento de PRIMERA INSTANCIA.

ARTICULO 9°- Las decisiones y fallos dados por el Tribunal de ética de la Empresa Prana Publicist S.A.S., deben darse con sujeción a las reglas del debido proceso; con la guarda de las garantías plenas que le asisten al INVESTIGADO; con expresión clara de las razones y motivos que llevan a las conclusiones tomadas y la graduación de las sanciones establecidas deben ser acorde a las normas éticas debidamente publicadas con antelación por la empresa.

ARTICULO 10°- EL TRIBUNAL EN SEGUNDA INSTANCIA, cuenta con un plazo de cinco (5) días hábiles para la toma de decisión en segunda instancia.