

CÓDIGO DE ÉTICA Y CONDUCTA



MENSAJE

Estimados Colaboradores

Con satisfacción presentamos el Código de Ética y Conducta el cual refleja la filosofía de la compañía, enmarcada en el cumplimiento a la normatividad legal, las buenas prácticas de responsabilidad social empresarial, la actuación ética como personas en cualquier circunstancia y la evidencia de nuestros valores corporativos como sello en cada uno de nuestros comportamientos.

El código de Ética y Conducta contribuye a orientar nuestras acciones de trabajo en la organización, facilitando las decisiones y el relacionamiento entre las diferentes personas que integran el equipo humano de Marcopolo Superpolo y todas aquellas que tienen vínculo con la compañía, permitiendo asegurar y mantener un mutuo respeto con las personas que interactúan constantemente en la empresa, asimismo será la base para actuar correctamente en los lugares en los cuales representemos nuestra compañía.

Estamos seguros de que cada uno de nuestros colaboradores y socios de negocio, pondrán en práctica los patrones de conducta contenidos en el presente documento, el cual se encuentra respaldado por los principios de un buen gobierno.

Los invitamos a que cada uno sea responsable manteniendo los más altos grados de integridad, lealtad y honestidad con nuestra compañía.

En caso de duda contacte al área de Gestión Humana y/o Comité de Ética y Conducta, de igual manera podrá acceder a nuestra página web en la sección Línea Ética.

Cordial Saludo,

Gerencia General
Comité de Ética y Conducta.

INTRODUCCIÓN

El Código de Ética y Conducta de Marcopolo Superpolo establece los valores, las directrices y los estándares de conducta que orientan las decisiones en los negocios y el comportamiento de todos los que forman parte de la compañía, sin excepción; de igual manera sirve de referencia para los socios de negocios, proveedores, prestadores de servicio, representantes de ventas, concesionarios, talleres autorizados y distribuidores, entre otros.

El presente documento establece las directrices para tener en cuenta junto con la legislación laboral, leyes y reglamentos aplicables contra el lavado de activos, financiación del terrorismo, soborno y corrupción, establecidos en manuales de sagrilaft y ética empresarial.

Hemos de señalar, sin embargo, que eventualmente pueden surgir situaciones éticas que no estén contempladas en el presente código. Por ello, en el caso de que existan dudas sobre su interpretación o situaciones no previstas por este manual, busque orientación y soporte en el área de Gestión Humana y/o Comité de Ética y Conducta.



ÍNDICE

Visión y Valores	5
Valores de Marcopolo Superpolo	6
Relaciones con los Colaboradores	7
Responsabilidad de la Gerencia	9
Relaciones con los Socios de Negocios	10
Relaciones con Empresas Asociadas	11
Relaciones con Inversionistas	12
Relaciones con el Medio Ambiente	12
Relaciones con las Comunidades	13
Relaciones con los Clientes	14
Relaciones con la Competencia	15
Relaciones con la Prensa y Divulgación de Informaciones	16
Relaciones con Entidades sin Animo de Lucro	17
Actividades Políticas	17
Relaciones con Gobiernos y Órganos Públicos	18
Donaciones, Contribuciones y Patrocinios	19
Prevención contra el Lavado de Dinero y Combate a la Corrupción	20
Comité de Ética y Conducta	21
Canales de Comunicación	22
Acciones Disciplinarias	23
Glosario	24



VISIÓN Y VALORES

Los estándares de conducta están fuertemente asociados a la visión y a los valores definidos por la empresa. Los cuales son fundamentales para el éxito de los negocios de Marcopolo Superpolo, y tienen como base el respeto y la valoración de las personas.

VISIÓN

Para el 2025 seremos una compañía líder e innovadora en soluciones integrales de transporte de pasajeros, con una sólida gestión que contribuya al desarrollo de nuestro país.

VALORES

Hacemos que ocurra con excelencia, garantizando la satisfacción de nuestros clientes, actuando de forma ética e íntegra asegurando la sustentabilidad de nuestra empresa, con énfasis en la solidez económico-financiera mediante el trabajo en equipo, respetando y valorando a las personas.

VALORES MARCOPOLO SUPERPOLO



Apasionados por el Logro:

Vibramos al asumir los retos y nos involucramos para alcanzarlos.



Agregamos Valor con Calidad:

Buscamos la excelencia y mejora continua en todo lo que hacemos.



Trabajamos en Equipo:

Sumamos esfuerzos hacia un interés colectivo, promoviendo un ambiente de confianza y cooperación.



Vibramos por Nuestros Clientes:

El cliente es nuestra principal razón de ser, entendemos sus necesidades y las superamos.



Sentimos la Empresa como Propia:

Cuidamos los recursos como propios y los aprovechamos al máximo.



Respetamos y Actuamos con Integridad:

Construimos relaciones empáticas, éticas y transparentes, valorando a las personas.

RELACIONES CON LOS COLABORADORES



Las relaciones entre Marcopolo Superpolo y los colaboradores deben verse reflejadas en el sentido de la justicia, motivación, respeto mutuo y valoración del ser humano, así como en la transparencia y en las responsabilidades compartidas.

La Empresa ofrecerá las mismas oportunidades de crecimiento a todos los colaboradores, rechazando cualquier actitud de discriminación.

La contratación y/o promoción de profesionales para cargos de gestión deberá seguir los lineamientos establecidos en el procedimiento de selección de personal y plan de Sucesión.

Ninguna decisión que afecte a la carrera de uno o más colaboradores será tomada en función de preferencias, vínculos personales o intereses ajenos a Marcopolo Superpolo.

No se permite la relación jefe - colaborador directo, entre personas con lazos familiares. Tampoco se permite que personas con lazos familiares actúen en la misma área de trabajo, aunque no exista subordinación entre ellas.

La empresa no admite ninguna forma de acoso moral o sexual contra ningún colaborador.

El acoso moral se caracteriza por abuso de poder, descalificando, menospreciando o humillando al otro.

El acoso sexual se caracteriza por alguien que hace una propuesta de carácter sexual y/o amoroso a otra persona negándole la posibilidad de rehusarse, valiéndose de la intimidación, chantaje u otros medios de coacción.

RELACIONES CON LOS COLABORADORES



Las instalaciones, equipamientos, máquinas, materiales e informaciones que sean de propiedad de Marcopolo Superpolo deberán utilizarse por los colaboradores solamente para fines laborales, de acuerdo con las normas de la empresa. Los colaboradores deberán solicitar permiso por escrito antes de utilizar esos bienes en proyectos o propósitos ajenos a los de la empresa o para fines particulares.

* La venta o donación a colaboradores de bienes de la empresa que estén en desuso solamente podrá ocurrir cuando la Compañía determine hacer ventas eventuales.

* A partir de la fecha no está permitido las relaciones sentimentales al interior de la compañía, para todas aquellas personas que ejerzan cargos de primero y segundo nivel en la estructura organizacional de la empresa.

* Es responsabilidad de todos los colaboradores reportar a Gestión Humana, el ingreso en calidad de colaborador de algún familiar a la compañía. (formato de declaración de Ética y Conducta)

Todos los archivos e informaciones creadas, recibidas o almacenadas en las computadoras y servidores de Marcopolo Superpolo, incluyendo portátiles y celulares que sean propiedad de la empresa serán monitoreados, al igual que cualquier información transmitida o almacenada en esos lugares. El uso adecuado de los recursos computacionales de Marcopolo Superpolo está debidamente detallado en la Política de Seguridad de la Información.

Ni las gerencias, ni los representantes, ni los colaboradores deben ofrecer, aceptar, solicitar o prometer ventajas económicas de cualquier naturaleza que puedan relacionarse con cualquier tipo de negociación en el contexto de Marcopolo Superpolo, excepto los objetos de menor valor clasificados como artículos promocionales u obsequios, estos podrán ser ocasionales y en ningún caso lujosos o extravagantes, obedeciendo a los criterios establecidos por la Compañía.

RESPONSABILIDAD DE LA GERENCIA



Les compete a los Gerentes, Jefes y Supervisores y demás empleados con atribuciones de gestión en Marcopolo Superpolo, así como a sus representantes institucionales en el ejercicio de sus actividades:

- ✓ Dirigir a través del ejemplo, adoptando actitudes y comportamientos coherentes con los valores de Marcopolo Superpolo.
- ✓ Promover y comprometerse con una conducta ética, incluyendo la no participación en situaciones que impliquen conflictos de intereses en las relaciones personales y profesionales, sean reales o potenciales.
- ✓ Tomar todas las medidas posibles para proteger la confidencialidad de las informaciones restringidas sobre la Empresa, tanto de naturaleza mercadológica, tecnológica, nuevos productos, nuevos proyectos y como aquellas que involucren valores negociables.
- ✓ Evitar conflictos de intereses, comunicando al Comité de Ética y Conducta, cualquier relación o transacción que pueda presumir la existencia potencial de situaciones de esta naturaleza o cualquier violación de las directrices del presente Código.
- ✓ Apoyar y velar por el cumplimiento de todas las reglas y procedimientos, aplicables contra el lavado de activos, financiación del terrorismo, soborno y corrupción, establecidos en manuales de sagrilaft y ética empresarial y las estipuladas en nuestro Código de Ética y Conducta, y todas aquellas directrices, políticas y procedimientos de la compañía.
- ✓ Garantizar el respeto por el presente Código de Ética Conducta y transmitir su contenido a los colaboradores de su equipo de trabajo y/o cualquier colaborador de la compañía.

RELACIONES CON SOCIOS DE NEGOCIOS



Los socios de negocios, principalmente conformados por Proveedores, Prestadores de Servicio, Ensambladoras, Representantes Comerciales, Instituciones Financieras, Concesionarios y Distribuidores juegan un papel importante y estratégico para Marcopolo Superpolo. Deben ser construidas relaciones de largo plazo, con reglas claras, basadas en la ética, confianza y el compromiso recíproco, a través del aprendizaje y de las experiencias compartidas, estimulando prácticas que conlleven al éxito conjunto.

Las partes interesadas (Stakeholders) Marcopolo Superpolo, deben tener sus derechos respetados y protegidos, así como cumplir con sus obligaciones, conforme a los contratos establecidos de común acuerdo entre las partes involucradas.

Ningún integrante de la estructura organizacional de las partes interesadas puede pertenecer a la estructura organizacional de Marcopolo Superpolo, independientemente del nivel o área de actuación.

No se admitirá el suministro de productos o servicios por empresa(s) cuyo(s) profesional(es), socio(s) o representante(s), tenga(n) lazos familiares con ocupante(s) de puesto(s) de Marcopolo Superpolo, que actúe(n) en área usuaria o contratante, o que se encuentre(n) en una posición que pueda influir directamente en la toma de decisiones.

De la misma manera, no se admite la venta de productos o servicios para distribuidores y concesionarios cuyo(s) profesional(es) o socio(s), tenga(n) lazos familiares con ocupante(s) de puesto(s) en la empresa que puedan influenciar en la toma de decisión.

RELACIONES CON EMPRESAS ASOCIADAS



Las empresas filiales y asociadas de Marcopolo Superpolo se consideran aliadas estratégicas del negocio, estimulando y consolidando relaciones de respeto y confianza entre todas las partes involucradas.

En las relaciones de Marcopolo Superpolo con empresas filiales y asociadas, deberá observarse toda la legislación aplicable, sea esta colombiana o del país donde se localice la empresa en cuestión.

Marcopolo Way, reúne las mejores prácticas de los nueve principales sistemas de la empresa, debe ser implementado en las diferentes áreas de la Compañía respetando la legislación local. La responsabilidad de implementación está a cargo del Gerente General de la Compañía, y cada una de las gerencias responsables de área y en el caso de que fuera necesario contará con el apoyo de las áreas correspondientes de Marcopolo Brasil.

RELACIONES CON LOS SOCIOS



Las relaciones de Marcopolo Superpolo con los socios, deben estar basadas en la transparencia y confiabilidad de las informaciones, a través de una comunicación clara, ágil y objetiva. Las informaciones sobre negocios, resultados financieros, mercado y otros, solamente deben ser dadas por personas autorizadas, de acuerdo con la Política de Comunicaciones de Marcopolo Superpolo.

RELACIONES CON EL MEDIO AMBIENTE



Las actitudes con relación al medio ambiente tienen como prioridad el respeto de la naturaleza, la prevención y la reducción de los impactos ambientales, a través de las acciones y del compromiso de las personas, la mejora de los procesos y la aplicación de tecnologías adecuadas, que conlleven al desarrollo sustentable.

RELACION CON LAS COMUNIDADES



Marcopolo Superpolo tiene el compromiso de contribuir con el desarrollo de las comunidades donde esté presente, alineado a nuestras directrices corporativas.

No se deben adoptar prácticas comunitarias que beneficien intereses personales por parte de ningún colaborador de los diferentes niveles jerárquicos de la empresa en perjuicio de los intereses institucionales o que no estén rigurosamente dentro de los principios legales.



RELACIONES CON LOS CLIENTES



La satisfacción de los Clientes es la razón del éxito de Marcopolo Superpolo. Los esfuerzos deben estar enfocados, para identificar lo que ellos perciben como generación de Valor, estableciendo acciones capaces de transformar tales valores en realidades lucrativas recíprocas, respaldadas en relaciones seguras y de largo plazo.

Los colaboradores de cualquier nivel jerárquico, en caso de que sean solicitados, tienen la libertad de hablar con los Clientes. Sin embargo, las informaciones relativas al Cliente deberán ser encaminadas al área responsable para su atención.

La rapidez y la agilidad de respuesta al Cliente son fundamentales para la imagen de Marcopolo Superpolo, siendo obligación de los colaboradores responder todas las dudas de este y aclarar, con transparencia y respeto, las políticas de la empresa.

No se admite la venta de productos o servicios de Marcopolo Superpolo a clientes que tengan lazos familiares con ocupantes de cargos de responsabilidad en la empresa que estén en posición de influir directamente en la toma de decisiones.

RELACIONES CON LA COMPETENCIA



La relación de Marcopolo Superpolo con la competencia debe ser de respeto. La competencia debe ser entendida como saludable y fuente de referencia para nuevos desafíos, promoviendo el perfeccionamiento y la innovación continua.

Más allá de los ambientes en Asociaciones o Sociedades Civiles, no está permitido tratar con personas relacionadas a la competencia temas de cualquier naturaleza que puedan afectar los intereses de Marcopolo Superpolo, al igual que suministrar información del producto y sus procesos.

Marcopolo Superpolo no entrará en acuerdos formales o informales con la competencia para la manipulación de precios, participación en licitaciones públicas o asignación de productos. En las relaciones con la competencia, se actuará de acuerdo con todas las leyes antimonopolio y demás leyes que protejan la libre competencia.

Los profesionales de Marcopolo Superpolo no deben obtener o utilizar informaciones confidenciales que no hayan sido habilitadas para el dominio público. De la misma manera, se prohíbe la transmisión de cualquier información de la empresa a la competencia.

RELACIONES CON LA PRENSA Y DIVULGACIÓN DE INFORMACIONES



La relación de Marcopolo Superpolo con la prensa debe tener el compromiso de proporcionar informaciones consistentes y transparentes, respetando los principios éticos y la legislación vigente.

Las declaraciones públicas a la prensa en general solamente deberán llevarse a cabo por las personas expresamente autorizadas por la dirección de la empresa.

Los colaboradores de Marcopolo Superpolo, en cualquier nivel jerárquico, no deberán utilizar la información confidencial y/o privilegiada que pueda influir en decisiones de inversión o generar ventajas indebidas. Tal información no debe ser divulgada a terceros, aunque sean familiares o amigos cercanos.

Cualquier divulgación de información que involucre actos y hechos relevantes, así como mantener de manera reservada la información confidencial, debe seguir lo dispuesto en la Política de Seguridad de la Información y/o la Política de Comunicaciones de Marcopolo Superpolo.



RELACIONES CON ENTIDADES SIN ANIMO DE LUCRO



La relación de Marcopolo Superpolo con entidades sin animo de lucro debe estar pautaada por la profesionalidad, velando por los intereses y compromisos de la Empresa de forma respetuosa y legal.

ACTIVIDADES POLÍTICAS

La empresa puede comparecer en público para manifestar su posición sobre temas de su interés, a través de ocupantes de cargos de gerencia para este fin designados, pudiendo incluso apoyar posiciones de entidades que la representen.

No debe haber restricción a las actividades político-partidarias de los empleados, pero estos deben siempre actuar con carácter personal y de manera que no interfiera en sus respon-

sabilidades profesionales. Tales actividades no deben ocurrir en el ambiente de trabajo, ni involucrar recursos, materiales o equipos de la empresa. Los empleados tampoco deben usar uniformes u otra identificación de la empresa cuando estén en el ejercicio de actividades políticas y/o sociales.

Todos los empleados, incluidos terceros que representen o vayan a representar a Marcopolo Superpolo en relación con estas actividades deben, asimismo, observar el presente Código de Ética y Conducta, así como las demás políticas de la empresa.

RELACIONES CON GOBIERNOS Y ÓRGANOS PÚBLICOS

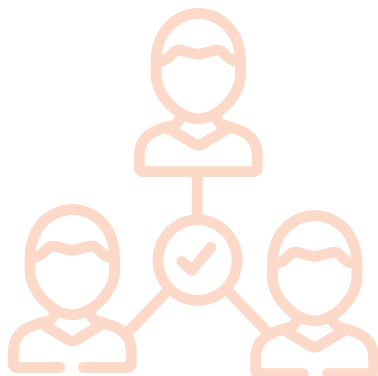


Las relaciones entre Marcopolo Superpolo y las autoridades, agentes públicos y políticos, deben estar fundamentadas en el respeto a la legislación aplicable y a los principios éticos establecidos en este Código.

Los profesionales que representan a Marcopolo Superpolo en las relaciones con estas instituciones no deben ofrecer, aceptar, solicitar o prometer regalos o ventajas económicas de cualquier naturaleza, a cambio de beneficios indebidos, particulares o para la empresa.

Los contratos y licitaciones realizados con el sector público deberán apegarse a la legislación vigente y a las directrices del presente Código de Ética y Conducta.

Cualquier relación o transacción que pueda presumir la existencia potencial de situaciones de conflicto de intereses deberá ser inmediatamente reportada a la dirección de la empresa, al área de Gestión Humana o al Comité de Ética y Conducta.



DONACIONES CONTRIBUCIONES Y PATROCINIOS



Marcopolo Superpolo podrá realizar donaciones, contribuciones y patrocinios a instituciones públicas o privadas, destinadas al apoyo de proyectos y eventos que sean afines con los valores y objetivos de la empresa.

Las mencionadas donaciones, contribuciones y patrocinios deberán llevarse a cabo de forma transparente, con base en un contrato escrito, de finalidad legal, adecuada a la compensación ofrecida y estar en total acuerdo con la legislación vigente.

No se permite ofrecer, aceptar, solicitar o prometer regalos o ventajas económicas de cualquier naturaleza, a cambio de beneficios particulares o que no sean compatibles con los valores de la empresa o que puedan perjudicar su reputación.

Cualquier situación que genere duda sobre su integridad deberá ser sometida a la revisión de los miembros del Comité del Código de Ética y Conducta, antes de ser puesta en práctica.

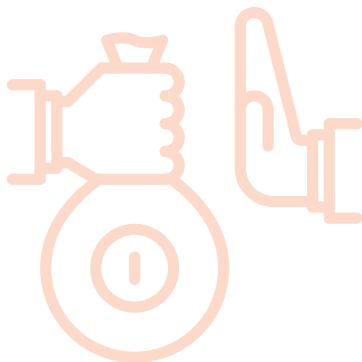
PREVENCIÓN CONTRA EL LAVADO DE DINERO Y COMBATE A LA CORRUPCIÓN



Marcopolo Superpolo está comprometida con seguir los preceptos de las legislaciones anticorrupción y de combatir el lavado de dinero en los mercados en los que actúa, promoviendo una cultura de transparencia y anticorrupción.

Para ello, no debe tolerarse ninguna transacción financiera inusual que pueda dar cabida a prácticas corruptas, de lavado

atenten contra el patrimonio público nacional o extranjero. De esta manera, por medio de la inversión en programas y herramientas como el código de Ética Conducta, y el desarrollo de entrenamientos asociados a prácticas de respeto a la ley, Marcopolo Superpolo busca asegurar el cumplimiento de los preceptos legales vigentes.



COMITÉ DE ÉTICA Y CONDUCTA



El Comité de Ética y Conducta tiene la responsabilidad de velar y actualizar el presente Código, promover la divulgación y difundir estándares de conducta adecuados para Marcopolo Superpolo. También son responsables de orientar a los interesados en caso de dudas sobre la aplicación del presente, así como la determinación y toma de decisiones cuando se verifiquen casos de violación de los principios establecidos.

A. Comité de Ética y Conducta

Tiene como función principal coordinar la adopción de las directrices del Código de Ética y Conducta por todos los que forman parte de la Compañía Marcopolo Superpolo.

El Comité tiene la siguiente composición: Miembro de Junta Directiva, Gerente General, Gerente de Gestión Humana, Gerente de Cadena de Abastecimiento, Jefatura de Producción.

Si fuera necesario, otros colaboradores podrán participar en el Comité de Ética Conducta.

No se permite la participación de cualquier persona que se encuentre involucrada directa o indirectamente en el caso reportado y que aún no haya sido resuelta.

B. Comité de Convivencia Laboral

El Comité de Convivencia Laboral tiene como finalidad contribuir a proteger a los colaboradores contra los riesgos psicosociales que puedan afectar su salud, como es el caso del estrés ocupacional y el acoso laboral.

CANALES DE COMUNICACIÓN



Marcopolo Superpolo pone a su disposición la página web para dudas, reclamaciones, sugerencias y denuncias como corrupción, soborno, fraude, conductas ilegales o antiéticas, agresión al medioambiente, prácticas o registros contables cuestionables, mal uso de los activos de la empresa y discriminación (de género, racial, social, religiosa o de cualquier otro tipo). El objetivo es facilitar el cumplimiento y la efectividad del Código de Ética y Conducta. Para esto se podrán utilizar los siguientes canales de comunicación:

LÍNEA ÉTICA

Acceso por la página web <https://www.superpolo.com.co/etica-y-transparencia> donde se podrá enviar información sobre actividades que vayan en contra de nuestro Código de Ética y Conducta y/o leyes definidas en Colombia. Funciona las 24 horas y la información es recibida por los miembros del Comité de Ética y Conducta, garantizando la imparcialidad, seguridad y total confidencialidad para la persona que efectúa el reporte.

DECLARACIÓN DE CONDUCTA

Formulario adjunto al Código de Conducta:

para resolver dudas o solicitar orientación individual sobre situaciones personales que puedan estar en conflicto con las directrices del Código de Conducta o parainformar sobre otras situaciones de potencial conflicto.

ACCIONES DISCIPLINARIAS



Marcopolo Superpolo no aceptará violaciones de carácter ético ni conductas que estén en desacuerdo con las directrices del presente Código. La empresa fomenta la iniciativa de comunicar voluntariamente al medio establecido la denuncia en cualquier tipo de incumplimiento al presente Código, siendo esta actitud tomada en consideración a la hora de determinar una eventual acción disciplinaria adecuada. El Comité de Ética y Conducta tiene la autoridad para definir la aplicación de acciones disciplinarias de acuerdo con su gravedad, utilizando como referencia:

CASOS LEVES

Comunicación escrita.

CASOS MODERADOS

Suspensión disciplinaria.

CASOS GRAVES

Despido por justa causa.
(Código Sustantivo del Trabajo y Reglamento Interno de Trabajo).

Las sanciones disciplinarias aplicadas por la empresa no exoneran, ni sustituyen otras sanciones legales por infracciones a normas o reglamentos de órganos o entidades con las cuales Marcopolo Superpolo se relaciona.

Todo colaborador sujeto a una acción disciplinaria deberá ser sometido a entrenamientos específicos, de acuerdo con la gravedad del caso.

GLOSARIO

ACOSO LABORAL

Conducta persistente y demostrable, ejercida sobre un empleado, trabajador por parte de un empleador, un jefe o superior jerárquico inmediato o mediato, un compañero de trabajo o un subalterno, encaminada a infundir miedo, intimidación, terror y angustia, a causar perjuicio laboral, generar desmotivación en el trabajo, o inducir la renuncia del mismo.

ACOSO SEXUAL (ÁMBITO LABORAL)

Para el Ministerio de Trabajo es el comportamiento verbal, gestual, de contacto físico e insinuación, observaciones de tipo sexual, exhibición de pornografía y exigencias sexuales verbales o de hecho que afecten la dignidad de mujeres y hombres. Estos actos no son deseados y son ofensivos para el destinatario.

ÁREA DE TRABAJO

Queda determinada por el hecho de tener un superior mediato o inmediato común, o un mismo lugar físico.

CARGOS DE DIRECCIÓN

Se refiere a los cargos de gerentes y jefes.

COLABORADOR

Todo empleado directo o en Misión de la empresa Marco-polo Superpolo.

CONFLICTO DE INTERÉS

Toda y cualquier práctica o acto que sea, o pueda ser considerado incorrecto, ilegal, inmoral, injusto o que se sobreponga a los intereses de la empresa y de la comunidad, como, por ejemplo: realizar actividades remuneradas que puedan perjudicar el desempeño profesional o que representen competencia para la empresa. O la toma de decisiones que pueda configurar un interés personal en perjuicio del interés de la empresa.

ENTIDADES SIN FINES LUCRATIVOS

Gobiernos, Colegios Profesionales, Organizaciones Laborales, Instituciones Religiosas, Organizaciones No Gubernamentales (ONG's), Fundaciones y otras instituciones.

ÉTICA

Directrices personales y sociales de buena conducta que se aplican a individuos, grupos u organizaciones.

GOBIERNO CORPORATIVO

Se refiere a la relación entre la empresa, los accionistas, los demás Stakeholders, mecanismos y principios que gobiernan el proceso de decisión de la gestión en la empresa.

INVERSORES

Accionistas y/o personas con intención de compra en el mercado de acciones.

LAVADO DE DINERO

Se refiere a las prácticas económico-financieras que tienen por finalidad disimular o esconder el origen ilícito de determinados activos financieros o bienes patrimoniales, de forma que aparenten un origen legal o que, por lo menos, el origen ilícito sea difícil de demostrar o probar.

LAZOS FAMILIARES

Los lazos familiares se derivan de la interacción de un individuo con quienes convive y mantiene vínculos afectivos. Entre estos vínculos y/o nexos encontramos algunas relaciones existentes entre abuelos, padres, hijos, nietos, hermanos, cónyuges, parejas, yernos, nueras, cuñados, suegros, primos, tíos, sobrinos u otros casos que se caractericen por la dependencia económica.

NIVEL DE DEPENDENCIA PARA LA RELACIÓN JEFE - COLABORADOR

No se permite ningún tipo de relación sentimental en ningún nivel.

PARTES INTERESADAS (STAKEHODERS)

Proveedores, prestadores de servicios, ensambladores, representantes comerciales, concesionarios, Entidades Gubernamentales e instituciones académicas, financieras entre otros.

RELACION SENTIMENTAL

La relación de pareja es un vínculo sentimental de tipo romántico que une a dos personas. Dentro de lo que se entiende por relación de pareja aparecen el noviazgo, unión libre y el matrimonio.

RIESGOS PSICOSOCIALES

Condiciones que se encuentran presentes en una situación laboral y que están directamente relacionadas con la organización, el contenido de trabajo y la realización de la tarea, y que tienen capacidad para afectar tanto al bienestar o la salud (física, psíquica o social) del trabajador, como al desarrollo del trabajo.



CÓDIGO DE ÉTICA Y CONDUCTA DE
MARCOPOLO SUPERPOLO

