



CÓDIGO DE CONDUCTA Y ETICA EMPRESARIAL

CÓDIGO DE CONDUCTA Y ETICA EMPRESARIAL

Introducción y propósito	3
Principios éticos generales	3
Conflicto de intereses	4
Confidencialidad, protección y uso adecuado de los activos de la Compañía	6
Prácticas comerciales leales e integridad	6
Ayuda a campañas políticas	7
Cumplimiento de las leyes	7
Exenciones	9
Cumplimiento del Código de Conducta	9
Denuncia por sospecha de incumplimiento	9
Procedimiento	10
Procedimientos adicionales para ciertas quejas presentadas por terceros	10
Acuse de recibo del Código de Conducta	11

INTRODUCCIÓN Y PROPÓSITO

El presente Código de Conducta y Ética Empresarial (Código) rige para **PROMO LIFE S. DE R.L. DE C.V.** y sus subsidiarias en todo el mundo (en conjunto, **PROMO LIFE S. DE R.L. DE C.V.** o la Compañía). El Código describe en términos generales los principios éticos a los que deben ajustarse todos los empleados, funcionarios y directores (a quienes se denominará de aquí en adelante "Asociados") cada vez que actúen en nombre de la Compañía. El propósito del Código es dejar en claro lo que la Compañía espera de sus Asociados, así como proporcionar pautas básicas para saber cómo manejarse en situaciones en las que

se plantean cuestiones de índole ética. El Código complementa, pero no reemplaza, las normas generales y procedimientos ya establecidos por la Compañía o los que ésta pudiera establecer en el futuro. Todos los Asociados deberán leer e interiorarse de los principios éticos que se describen en este Código y actuar conforme a los mismos. Además, deberán ratificar ocasionalmente su compromiso con el cumplimiento de dichos principios

PROMO LIFE S. DE R.L. DE C.V. se propone actuar éticamente en todas sus transacciones comerciales. Para ello, la Compañía deberá desarrollar su actividad conforme a todas las leyes y reglamentaciones vigentes y a los más altos principios de ética comercial. **PROMO LIFE S. DE R.L. DE C.V.** es una compañía que debe tener en cuenta las culturas y costumbres de los lugares y países en los que opera, respetando a las comunidades y entornos en los que desarrolla sus actividades. El éxito comercial de la Compañía depende de la reputación de integridad y rectitud que demuestre la Compañía y sus Asociados. Cualquier conducta impropia podría perjudicar la buena reputación de la Compañía y tener consecuencias adversas. Incluso una conducta que no sea impropia más que en apariencia podría ser sumamente perjudicial para la empresa.

Todos y cada uno de los Asociados tienen la responsabilidad de actuar conforme a este Código. La gerencia vigilará el cumplimiento del Código y se realizarán auditorías y revisiones internas periódicas con el mismo propósito. La conducta de un Asociado conforme al presente Código es una pauta de su buen juicio y competencia. Por el contrario, el incumplimiento de cualquiera de las disposiciones del Código determinará la adopción de medidas disciplinarias contra el empleado que podrían incluir su despido.

Cuando un Asociado toma conocimiento de una violación al Código, tiene la obligación de denunciarla según los procedimientos que se describen más adelante. La Compañía no admitirá represalias contra ninguna persona que denuncie una posible violación al Código.

PRINCIPIOS ÉTICOS GENERALES

A continuación, se enumeran los principios generales destinados a asegurar el cumplimiento de las responsabilidades éticas y legales de la Compañía. Cabe señalar que estos principios no representan la totalidad de las obligaciones asumidas. En general, deberá evitarse cualquier conducta que pudiera dar la impresión de ser impropia o que pudiera perjudicar la reputación de rectitud e integridad de la que goza **PROMO LIFE S. DE R.L. DE C.V.**

CONFLICTO DE INTERESES

Se produce un “conflicto de intereses” cuando los intereses particulares de una persona interfieren de alguna manera, ya sea de hecho o en apariencia, con los intereses de la Compañía. Puede producirse una situación conflictiva cuando una persona actúa o tiene intereses que pueden impedirle cumplir de forma objetiva y eficaz con sus funciones dentro de la Compañía. También pueden producirse conflictos de intereses cuando un Asociado, o un miembro de su familia, recibe beneficios personales impropios como resultado del cargo que ocupa en la Compañía. Ningún Asociado podrá aceptar de la Compañía beneficio alguno que no haya sido debidamente autorizado y aprobado conforme a las normas y procedimientos de la Compañía, incluyendo préstamos o garantías de

obligaciones personales. Los Asociados tienen la obligación ante **PROMO LIFE S. DE R.L. DE C.V.** de promover los intereses comerciales de la Compañía lo mejor que puedan. Ningún Asociado podrá tener intereses personales, comerciales o financieros que no sean compatibles con la lealtad y responsabilidad que le debe a la Compañía. Si bien no es posible enumerar todas las actividades particulares que podrían dar lugar a un conflicto de intereses, a continuación, se ofrecen algunos ejemplos de prácticas y circunstancias que podrían generar conflictos de intereses:

- **Inversiones personales.** Ningún Asociado (ni ningún familiar inmediato) podrá tener una participación financiera material u otra participación beneficiaria en una empresa que haga negocios con **PROMO LIFE S. DE R.L. DE C.V.** o que sea su competidora, salvo que sea previamente autorizado por el Director Ejecutivo o el Asesor Legal General de **PROMO LIFE S. DE R.L. DE C.V.** No obstante, se permite la propiedad a través de fondos de inversión o acuerdos similares no discrecionales no dirigidos o la propiedad de menos del 5% de las acciones en circulación de cualquier compañía.
- **Oportunidades corporativas.** Los Asociados tienen prohibido competir con **PROMO LIFE S. DE R.L. DE C.V.** Los Asociados tienen asimismo prohibido aprovechar para sí oportunidades descubiertas mediante el uso de activos, información o su cargo en la Compañía sin ofrecer antes dicha oportunidad a **PROMO LIFE S. DE R.L. DE C.V.** o utilizar bienes, información o su cargo en la Compañía para obtener un beneficio personal. Los Asociados tienen la obligación de promover los legítimos intereses de la Compañía siempre que surja la oportunidad de hacerlo.
- **Afiliaciones comerciales.** Los Asociados no podrán desempeñar el cargo de director, funcionario, consultor, empleado ni ningún otro cargo en ninguna empresa que:
 - a) sea competidora de **PROMO LIFE S. DE R.L. DE C.V.**
 - b) tenga una relación comercial o procure entablar una relación comercial con BH Trade Market S.A. de C. V.
 - c) que le impida en forma directa o aparente cumplir con sus obligaciones como empleado, funcionario o director de BH Trade Market S.A. de C. V., salvo con la autorización previa por escrito del Director Ejecutivo o Asesor Legal General de BH Trade Market S.A. de C. V.
- **Obsequios comerciales.** Los Asociados (o sus familiares inmediatos) no podrán realizar ni aceptar obsequios que tengan como propósito, o que pudieran dar la impresión de, influir en las decisiones comerciales. A continuación, se proporcionan algunas pautas generales para la aplicación de esta norma:
 - (a) No se podrán realizar obsequios a los empleados de clientes o proveedores con el propósito de influir en la conducta de dicho empleado.
 - (b) Está prohibido realizar obsequios a los empleados del gobierno de México. en relación con trabajo para dicho gobierno, salvo los montos nominales expresamente autorizados por las normas de la Compañía y las reglamentaciones del gobierno de México.

- (c) Está prohibido realizar obsequios a funcionarios de gobiernos extranjeros, salvo en los casos expresamente autorizados por las normas de la Compañía que no violen las leyes aplicables.
- (d) La Compañía selecciona a sus proveedores por su mérito, considerando entre otros factores sus precios, la calidad de sus productos o servicios y su reputación. Los Asociados no podrán, salvo que lo autorice el Director General, solicitar o aceptar, en forma directa o indirecta, de ningún proveedor existente o potencial, ni de ningún competidor u tercero con el que la Compañía tenga, o pudiera esperar razonablemente desarrollar, una relación comercial, ningún soborno, comisión, retorno, propina u obsequio, salvo obsequios personales de valor nominal que no sean en efectivo.
- (e) Los Asociados podrán organizar o aceptar en forma ocasional comidas u otras formas de agasajo razonables como muestra de cortesía durante el horario normal de actividades, siempre y cuando dicho agasajo no se brinde ni ofrezca para influir en una decisión comercial. Las pautas para determinar qué es "razonable" serán las prácticas consideradas normales en la industria en el país en cuestión siempre y cuando cumplan con los requerimientos legales o fiscales locales. Por ejemplo, los representantes de ventas o mercadeo podrán realizar obsequios comerciales de sus productos o muestras promocionales conforme con las normas locales establecidas con fines comerciales. Si el agasajo no cumple con estas pautas, deberá obtenerse la autorización del Director General. Deberá procederse con sentido común y buen juicio al ofrecer o aceptar comidas relacionadas con negocios o cualquier objeto de valor para evitar dar la impresión de estar actuando de manera impropia o generar un conflicto de intereses.

CONFIDENCIALIDAD, PROTECCIÓN Y USO ADECUADO DE LOS ACTIVOS DE LA COMPAÑÍA

Todos los Asociados son responsables de usar de forma adecuada los activos de la Compañía, así como la información de su propiedad y otra información confidencial e información de terceros que la Compañía se haya comprometido a proteger.

- **Propiedad e instalaciones de la Compañía.** Todos los Asociados deben proteger los activos de la Compañía y asegurarse de usarlos de forma eficiente. Los hurtos, los descuidos y el derroche tienen un impacto directo en la rentabilidad de la Compañía. Todos los activos de la Compañía deben utilizarse para propósitos comerciales legítimos.
- **Información de propiedad exclusiva.** La obligación de proteger los activos de la Compañía incluye la información de propiedad exclusiva. La información de propiedad exclusiva incluye toda la información que no sea de carácter público y que pudiera resultar útil a la competencia o perjudicial a la Compañía o a sus clientes en caso de ser divulgada, como por ejemplo la información relacionada con aspectos financieros, comerciales y técnicos de la Compañía. La información de propiedad exclusiva podrá incluir propiedad intelectual como secretos comerciales, inventos, solicitudes de patentes, así como planes comerciales y de mercadeo, conceptos de ingeniería y manufactura, diseños, precios, productos y servicios que se estén desarrollando, bases de datos, expedientes, información sobre salarios, información relacionada con cualquier posible adquisición o venta de la Compañía y cualesquiera datos e informes financieros no publicados. Esta información también incluye información

recibida de terceros que la Compañía se ha comprometido a proteger. El uso o distribución no autorizados de esta información está prohibido y podrá ser ilegal o dar lugar a sanciones administrativas y/o penales. Toda la información, sea cual fuere su forma, adquirida o creada en el curso del empleo en la Compañía es y seguirá siendo propiedad de la Compañía. La obligación de proteger la información de propiedad exclusiva continúa incluso después de finalizado el vínculo laboral con **PROMO LIFE S. DE R.L. DE C.V.**

- **Ideas, inventos y obras originales desarrollados por los empleados.** Desde el punto de vista legal, la Compañía tiene derechos de propiedad sobre todas las ideas, inventos y obras originales desarrollados por los empleados durante su empleo en la Compañía o utilizando los recursos de la misma siempre y cuando estén relacionados con la actividad comercial de la Compañía ("Ideas, inventos y obras originales desarrollados por los empleados"). Como condición de empleo, los empleados deberán transferir a **PROMO LIFE S. DE R.L. DE C.V.** la propiedad de todas las ideas, inventos y obras originales desarrollados.

PRÁCTICAS COMERCIALES LEALES E INTEGRIDAD

Todos los Asociados deben empeñarse en mantener un trato comercial leal con los clientes, proveedores, competidores y empleados de la Compañía. Los Asociados no deberán intentar sacar ventaja mediante manipulación, ocultamiento, representación engañosa de datos materiales, abuso de información privilegiada ni cualquier otra práctica comercial desleal intencional.

AYUDA A CAMPAÑAS POLÍTICAS

- **Ámbito federal.** No podrán utilizarse ni aportarse fondos ni activos de **PROMO LIFE S. DE R.L. DE C.V.** a ningún candidato o persona nominada a un cargo político federal en los Estados Unidos Mexicanos ni a partidos o comités políticos relacionados con los mismos.
- **Ámbito estatal y local.** No podrán utilizarse ni aportarse fondos ni activos de **PROMO LIFE S. DE R.L. DE C.V.** a ningún candidato o persona nominada a un cargo político estatal o local en los Estados Unidos Mexicanos ni a los partidos o comités políticos estatales o locales relacionados con los mismos, salvo de una manera que se ajuste a las normas específicas de la Compañía y que no viole ninguna ley o reglamentación aplicables.
- **Extranjero.** No podrán utilizarse ni aportarse fondos ni activos de **PROMO LIFE S. DE R.L. DE C.V.** para ningún candidato o persona nominada a un cargo político fuera de los Estados Unidos Mexicanos ni a ningún partido o comité político, salvo de una manera que se ajuste a las normas específicas de la Compañía y que no viole ninguna ley o reglamentación aplicables.

Estas prohibiciones abarcan las aportaciones directas y la asistencia indirecta, como por ejemplo la provisión de bienes, servicios o equipos a candidatos, partidos o comités políticos. Las aportaciones individuales realizadas por parte de los Asociados a candidatos o personas nominadas a cualquier cargo político federal, estatal o local y a partidos o comités políticos y comités de acción política patrocinados por la compañía sólo están autorizados siempre y cuando no estén de otro modo prohibidos por las leyes

aplicables.

CUMPLIMIENTO DE LAS LEYES

PROMO LIFE S. DE R.L. DE C.V. ha asumido el compromiso de ser un buen ciudadano corporativo en todos los lugares en que opera. Los Asociados deben cumplir con todas las leyes, normas y reglamentaciones de cada jurisdicción en la que opera la Compañía, así como con las normas de **PROMO LIFE S. DE R.L. DE C.V.** que rigen la conducta en los Estados Unidos Mexicanos y en países extranjeros.

- **Leyes relativas al abuso de información privilegiada.** En el curso normal de sus actividades, los Asociados pueden tener acceso a información material relativa a la Compañía antes de que dicha información se divulgue al público. Si la información material aún no se ha divulgado al público, se considera información no pública y no debe divulgarse a ninguna persona, incluyendo compañeros de trabajo, a menos que la persona que recibe la información tenga una necesidad legítima de conocerla para poder llevar a cabo las actividades de la Compañía. La información se considera material si existe una probabilidad razonable de que afecte el precio de las acciones de la Compañía o si un inversionista razonable considerara la información importante para tomar la decisión de comprar o vender acciones de la Compañía. Ejemplos de este tipo de información incluyen, entre otros, información relativa a resultados financieros y otros datos financieros, discusiones sobre fusiones, adquisiciones o ventas, concesiones o cancelaciones de contratos importantes, cambios en la gerencia clave de la Compañía y litigios o reclamaciones significativas. Además, las leyes de valores federales y estatales y las normas de la Compañía prohíben a los Asociados comprar o vender acciones de la Compañía cuando tienen en su posesión información no pública material. Esta conducta se conoce como "abuso de información privilegiada". La divulgación de dicha información a cualquier persona que pudiera comprar o vender valores, acción conocida como "divulgación de información privilegiada", también se considera ilegal. Esta prohibición rige también cuando el Asociado toma conocimiento de información no pública material sobre otras compañías, por ejemplo, clientes de la Compañía, en el curso del cumplimiento de sus obligaciones para con la Compañía. Las violaciones a estas leyes podrán dar lugar a importantes sanciones administrativas y penales.
- **Leyes antimonopolio.** El gobierno federal, la mayoría de los gobiernos estatales y muchos gobiernos extranjeros han sancionado leyes antimonopolio o "de competencia". Estas leyes prohíben las "restricciones de comercio", es decir, ciertas conductas relacionadas con los competidores, clientes o proveedores en el mercado que pudieran tener como efecto reducir la competencia o monopolizar un mercado. El propósito de estas leyes es asegurar que los mercados de bienes y servicios funcionen de forma competitiva y eficiente. En términos generales, los Asociados no podrán celebrar con un competidor un convenio, acuerdo ni plan, ya sea expreso o implícito, formal o informal, en relación con los precios, términos o condiciones de venta o servicio, producción, distribución, territorios o clientes. Los Asociados no podrán intercambiar ni discutir con los competidores precios, términos o condiciones de venta o servicios, ni otra información competitiva, como así tampoco adoptar otras conductas que pudieran violar cualquier ley antimonopolio. El presente Código no se propone describir en forma exhaustiva dichas leyes

antimonopolio y no debe reemplazar el asesoramiento de un experto. Si un Asociado identifica un problema que pudiera estar relacionado con las leyes antimonopolio, debe notificar de inmediato al Asesor Legal General de la empresa.

- **Políticas de empleo y seguridad.**

- a) La Compañía se ha comprometido a promover un entorno de trabajo en el que todas las personas sean tratadas con respecto y dignidad. La Compañía mantendrá un clima empresarial, promoverá la igualdad en las oportunidades de empleo y prohibirá las prácticas discriminatorias o el acoso por parte de o hacia cualquier Asociado, cliente, proveedor o fabricante.
- b) La Compañía cumplirá con todas las leyes aplicables que reglamentan la relación entre empleador y empleado y el entorno de trabajo, incluyendo las reglamentaciones relativas a salarios y jornadas de trabajo.
- c) Los Asociados no podrán interferir con, ni tomar represalias contra, otro Asociado que procure invocar sus derechos conforme a las leyes que rigen las relaciones laborales y entre empleados.
- d) **PROMO LIFE S. DE R.L. DE C.V.** se ha comprometido a cumplir con las leyes y reglamentaciones federales, estatales y locales relativas a la salud, la seguridad y el medio ambiente. Los Asociados harán todos los esfuerzos posibles para asegurarse de que los productos y lugares de trabajo de **PROMO LIFE S. DE R.L. DE C.V.** sean seguros para el público y sus empleados.

EXENCIONES

No habrá exenciones en relación con ninguna parte del Código, salvo las que autorice el Director General, quien se encarga de determinar si corresponde hacer lugar a una exención. Toda exención a este Código que se aplique a un empleado se publicará de inmediato mediante los medios que la Compañía decida para asegurar su divulgación a todos los Asociados de **PROMO LIFE S. DE R.L. DE C.V.**

CUMPLIMIENTO DEL CÓDIGO DE CONDUCTA

Todos los Asociados tienen la responsabilidad de entender las disposiciones de este Código y cumplir con ellas. Para facilitar la administración del Código, la Compañía ha designado como representante al responsable de Recursos Humanos en las oficinas centrales.

Tanto los Asociados existentes como los nuevos recibirán una copia de este Código y deberán dejar constancia de que lo han recibido y leído completando el Formulario de acuse de recibo del Código de Conducta suministrado con el Código.

Recursos Humanos deberá asegurarse de hacer llegar todos los Formularios de acuse de recibo a los Asociados correspondientes. La Compañía brindará capacitación y orientación sobre este Código según sea necesario. Se recomienda a los Asociados consultar a sus supervisores directos o indirectos, a cualquier persona en su cadena de mando, a Recursos Humanos en caso de duda en relación con el Código. El Código podrá revisarse, modificarse o enmendarse en forma ocasional.

Los supervisores desempeñan un papel clave en reforzar el “entorno ético” de la Compañía. Cada supervisor es responsable de controlar la conducta de los empleados a su cargo y de asegurarse de que todos ellos entiendan y cumplan con este Código. Los supervisores que reciben una denuncia o toman conocimiento de una posible violación al Código deberán denunciarla al responsable de Recursos Humanos quien tomará las medidas del caso.

DENUNCIA POR SOSPECHA DE INCUMPLIMIENTO

La Compañía ha asumido el compromiso de proporcionar a los Asociados diferentes opciones para plantear, analizar y resolver cuestiones de índole ética. Estas opciones son:

- El supervisor inmediato debe ser la primera persona a la que se debe recurrir en la mayoría de los casos.
- Los Asociados también tienen la libertad de consultar a cualquier persona de la cadena de mando de su departamento.
- Si el Asociado no se siente cómodo recurriendo a ninguna de las primeras dos alternativas, debe ponerse en contacto con el responsable de Recursos Humanos.

Denisse Murillo Mayen denisse@trademarket.com.mx/
denisse.murillo@promolife.com.mx

- Por último, los Asociados también pueden presentar una denuncia confidencial a un gerente o supervisor designado especialmente para recibir dichas denuncias. Las denuncias pueden realizarse por escrito o por e-mail a las direcciones indicadas a continuación:

Mónica Reyes Reséndiz - monica@trademarket.com.mx
Carlos Lenin Reyes Ramos - lenin@trademarket.com.mx

En este caso y si se reúnen suficientes datos para proceder, la denuncia se investigará a fondo.

PROCEDIMIENTOS

Las denuncias se manejarán en forma confidencial. La identidad del Asociado que plantea una pregunta o inquietud se protegerá hasta donde sea posible. Las denuncias también se investigarán a fondo y, dentro de lo posible, se proporcionará una respuesta. No se tolerarán las represalias ni acoso hacia los Asociados que planteen preguntas o realicen denuncias. Todas las denuncias de violaciones al Código de Ética recibidas se registrarán y se informarán al Director General.

PROCEDIMIENTOS ADICIONALES PARA CIERTAS QUEJAS PRESENTADAS POR TERCEROS

Las quejas presentadas por terceros en relación con asuntos contables, controles de contabilidad internos o auditorías deberán presentarse al Contralor. Estas quejas se informarán directamente al Director General de **PROMO LIFE S. DE R.L. DE C.V.**

CÓDIGO DE CONDUCTA

ACUSE DE RECIBO

He recibido y leído el Código de conducta y ética empresarial de **PROMO LIFE S. DE R.L. DE C.V.** y acepto cumplir con sus términos y condiciones.

Firma del Asociado

Nombre del Asociado