



*Bruce Mac Master  
Presidente ANDI*

*Vicepresidencia de Asuntos Jurídicos y Sociales ANDI*

*Junta Directiva Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo*

*Juan Carlos Castro  
Director Ejecutivo de la Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo*

*Diseño y Diagramación  
Crea Innovación y Resultados S.A.S.*

*Impreso en Bogotá, Colombia, 2018.*

*Impresión Hographics Impresores S.A.S.*

*Este documento es propiedad de la Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo ANDI. Queda prohibida la reproducción total o parcial de este documento, por cualquier proceso reprográfico o fónico, por fotocopia, microfilme, offset o cualquier otro medio sin la autorización previa y por escrito de la Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo ANDI.*

*Todos los derechos reservados.*

# CÓDIGO DE ÉTICA



Octubre  
2018



La Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo ANDI junto con los afiliados, decidimos construir un marco de referencia que demuestre el compromiso con la transparencia y la responsabilidad que como industria tenemos con la sociedad y sus diferentes actores. Este trabajo se plasma en el presente documento que con gran orgullo se constituye como el “Código de Ética Sectorial”.

Este ejercicio nace de la elaboración del “Documento de recomendaciones para el soporte de las proclamas de productos cosméticos” resultado de una articulación público privado en aras de alinear los criterios de información dirigidos al mercado con el fin de estrechar los lazos de confianza entre la industria y los consumidores.

En este sentido, el Código recoge los criterios priorizados por los afiliados, reflejados en los valores de libertad de empresa y propiedad privada, honestidad, defensa de la democracia, justicia y respeto que como compañías y gremio asumimos en la defensa de los derechos de los consumidores, yendo más allá de la normatividad buscando promover las mejores prácticas y conductas en materia comercial, publicidad, medio ambiente, derechos humanos, interacción con terceros y agremiados entre otros.

Históricamente la industria ha propendido por actuar con responsabilidad, legalidad, transparencia, equidad, justicia, evitando los conflictos de interés, siendo estos últimos los principios rectores que esperamos sean adoptados por la industria colombiana.



**Juan Carlos Castro Lozano**  
**Director Ejecutivo de la Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo - ANDI**



Contamos con nuestros fundamentos como empresas, con nuestros compromisos con la sociedad colombiana y con una valiosa interacción que nos ha permitido como sector aportar al crecimiento económico del país llevando una propuesta de valor para cada hogar.

Sabemos que dependemos de una compleja convergencia de intereses, pero creemos que todos tenemos una importante contribución en el logro de un ambiente de negocios sano e interconectado, en el que primen relaciones basadas en la transparencia y nuestra capacidad de aportar como empresas con la evolución de la sociedad y su desarrollo sustentable.

Desde Natura, creemos que el compromiso con la verdad es el camino para construir relaciones de calidad, por eso apoyamos la creación de este código que se presenta como una confluencia de consensos y compromisos de esta industria para promover un actuar ético e íntegro en los negocios.



**Pedro Gonzales**  
**Presidente de la Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo - ANDI**  
**Gerente General Natura Cosméticos Colombia**





Todo esfuerzo en pro de la ética y la transparencia de los países, organizaciones y personas nunca será suficiente para alcanzar un nivel óptimo en este frente, sin embargo, toda acción de mejora y desarrollo es un paso fundamental y necesario hacia el camino de hacer lo correcto en la vida.

Hace aproximadamente 12 meses la Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo de la ANDI dentro de los objetivos estratégicos propios del sector decidió construir, desarrollar y definir su propio Código de Ética con el fin de corresponder a las necesidades actuales del país desde el frente empresarial, aprovechando la armonía y el trato respetuoso entre los miembros de la Cámara y entre estos y los diferentes grupos de interés.

De acuerdo con lo anterior, se emprendió este proyecto contando con el apoyo de consultores externos que brindaron el soporte metodológico, conceptual y didáctico, para que este proceso se desarrollara de la manera más eficiente y democrática posible, razón por la cual, fue un gusto ver como mes a mes se avanzaba en la construcción de nuestro Código, analizar los resultados de los talleres y recibir comentarios de los consultores de cómo las empresas desde sus propias Gerencias Generales estaban comprometidas con este proceso que hoy es una realidad.

Un Código de Ética por sí mismo no crea una cultura y no es un blindaje total a prueba de situaciones no deseables, pero estoy convencido que es una muestra y acción concreta de coherencia empresarial en busca de ese éxito que no puede ser considerado como tal si no hay integridad.

Quisiera dar las gracias al equipo de la Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo, a los consultores que nos acompañaron en este proceso, a los integrantes del Comité de Ética que se conformó con este fin y a cada una de las empresas que aportaron al Código.



**Gustavo A. Cruz**

**Vicepresidente de la Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo - ANDI  
Director Ejecutivo Legal y Asuntos Gubernamentales en Avon para el Clúster Andino**



# CONTENIDO

## INTRODUCCIÓN

|                         |           |
|-------------------------|-----------|
| <b>I. Justificación</b> | <b>12</b> |
| <b>II. Relevancia</b>   | <b>12</b> |
| <b>III. Alcance</b>     | <b>12</b> |

## VALORES Y PRINCIPIOS RECTORES

|                               |           |
|-------------------------------|-----------|
| <b>IV. Valores</b>            | <b>14</b> |
| <b>V. Principios rectores</b> | <b>14</b> |

## DIMENSIONES DEL CÓDIGO DE ÉTICA

|                                                                                    |           |
|------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>VI. Sostenibilidad</b>                                                          | <b>17</b> |
| i. Lavado de activos y financiamiento al terrorismo                                |           |
| ii. Soborno                                                                        |           |
| iii. Contrabando y falsificación                                                   |           |
| iv. Rendición de cuentas como sector                                               |           |
| v. Acceso a la información                                                         |           |
| vi. Derechos humanos, laborales y sociales                                         |           |
| vii. Sostenibilidad Ambiental                                                      |           |
| <b>VII. Interacciones entre agremiados</b>                                         | <b>20</b> |
| i. Construcción y protección de la reputación gremial                              |           |
| ii. Conflictos de interés                                                          |           |
| iii. Competencia justa                                                             |           |
| iv. Respeto por las marcas y comunicaciones de las empresas presentes en la Cámara |           |
| v. Manejo de la información                                                        |           |
| <b>VIII. Interacciones con terceros</b>                                            | <b>22</b> |
| i. Publicidad y promoción                                                          |           |
| ii. Interacción con los consumidores                                               |           |
| iii. Representación y discusión de asuntos comunes de los afiliados                |           |
| iv. Tratamiento de proveedores                                                     |           |
| v. Interacción con instituciones y funcionarios públicos                           |           |
| vi. Manejo de información con terceros                                             |           |
| <b>IX. Cumplimiento del código de ética</b>                                        | <b>25</b> |
| <b>GLOSARIO</b>                                                                    | <b>26</b> |



# INTRODUCCIÓN

## I. JUSTIFICACIÓN

La Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo es un grupo de trabajo conformado para desarrollar acciones de beneficio común para el sector con sentido de largo plazo y sostenibilidad. Las empresas que hacen parte de esta cámara se reconocen como parte de la ANDI y en consecuencia acatan los lineamientos generales de esta, en particular, su Declaración de Principios Éticos del Empresario colombiano, así como la coordinación con sus instancias.

Este Código de Ética muestra el compromiso de las empresas de la Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo de la ANDI con promover y afianzar una cultura ética entre los agremiados que irradie efectos positivos hacia los públicos de interés que compartimos como grupo de trabajo. A través de este código acordamos un modelo de actuación común en cuanto al tratamiento de dilemas éticos, comportamientos transparentes y contrarios a la corrupción. Lo anterior, con el fin de aportar sostenibilidad a nuestras organizaciones, a los mercados en los que nos desempeñamos y al sector en general.

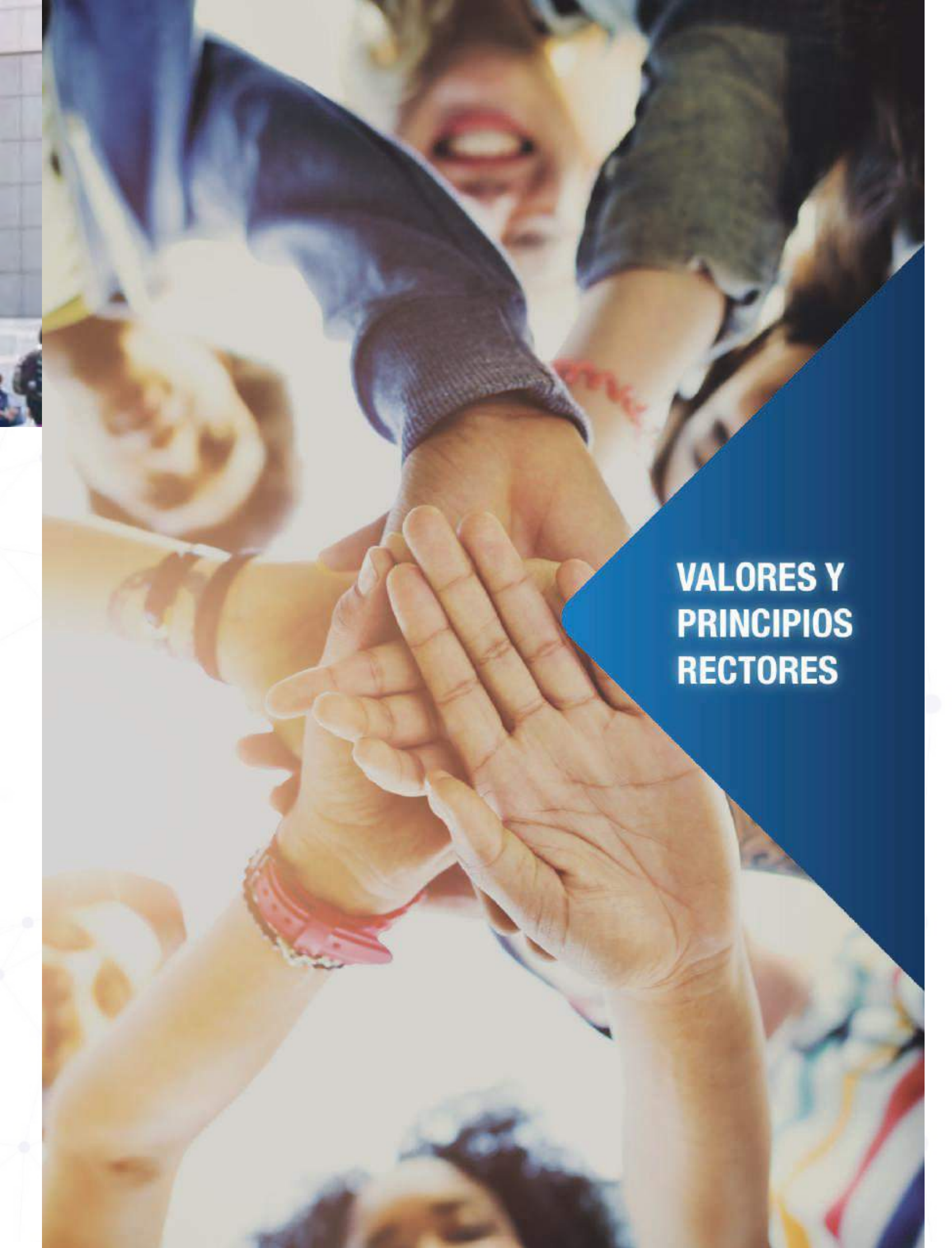
## II. RELEVANCIA DEL CÓDIGO DE ÉTICA

- Fortalece y preserva la reputación de las empresas afiliadas a la Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo de la ANDI, generando un referente de confianza y calidad.
- Mitiga los riesgos de involucramiento en situaciones de opacidad para las empresas afiliadas, especialmente, en cuanto a los intereses compartidos.
- Aumenta la capacidad de acción conjunta, desde la Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo de la ANDI, contra las amenazas que la corrupción y los conflictos de interés implican para la sostenibilidad de cada empresa y del sector.

## III. ALCANCE

Nuestro Código de Ética le habla a los líderes y colaboradores de las empresas afiliadas y quienes hacen parte de la gran familia de la Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo de la ANDI. También, es una referencia para todas aquellas organizaciones y personas que mantengan relaciones con las empresas de este sector.



A photograph of a diverse group of people, mostly young adults, with their hands stacked in a circle in the center. They are looking down at their hands with smiles. The image is taken from a high angle, looking down into the circle of hands. The background is bright and slightly blurred. A dark blue diagonal banner is overlaid on the right side of the image.

## **VALORES Y PRINCIPIOS RECTORES**





## VALORES Y PRINCIPIOS RECTORES

### IV. VALORES

#### **Libertad de empresa y propiedad privada**

Estamos convencidos de que la empresa privada formal es instrumento fundamental para el desarrollo de un país, entendiéndolo como la facultad de las personas para emprender cualquier actividad comercial con fines lucrativos, respetando siempre los principios de la competencia leal.

#### **Honestidad**

Somos coherentes con nuestros principios y actos, demarcados por la transparencia, la franqueza, la honradez y la promoción de valores éticos.

#### **Defensa de la democracia**

Creemos en nuestra Constitución Política, en la búsqueda de instituciones independientes, eficientes y legítimas y en la participación colectiva como el motor de las decisiones de la sociedad.

#### **Justicia**

Defendemos lo que creemos, la libertad, la dignidad humana, un país equitativo, y el respeto de los DDHH, privilegiando el interés general sobre el particular.

#### **Respeto**

Reconocemos la legitimidad, diversidad y condición humana de los individuos y promovemos la tolerancia y el respeto de las opiniones y criterios.

### V. PRINCIPIOS RECTORES

Nos adherimos a los Objetivos de Desarrollo Sostenible establecidos por el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), los cuales son un llamado universal a la adopción de medidas para poner fin a la pobreza, proteger el planeta, garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad, así como identificar, prevenir y mitigar los impactos de la industria en los Derechos Humanos.





Por consiguiente, los Principios Rectores que nos unen como Cámara son:

- Actuar con responsabilidad y legalidad, creando valor compartido para la sociedad y con el compromiso indeclinable de cumplir y exigir el cumplimiento de las leyes de Colombia y de los países en los que operamos, así como los tratados internacionales aplicables.
- Promover la transparencia a través de la difusión de la información a la cual tengan derecho los consumidores y demás públicos de interés, el compromiso con la información veraz y la lucha contra las noticias e informaciones falsas en el sector.
- Garantizar la equidad, impulsando el ejemplo con nuestras decisiones y acciones, al otorgar el mismo tratamiento a quienes gozan de similares características.
- Evitar y declarar los conflictos de interés, promoviendo y fortaleciendo los acuerdos y procesos justos, transparentes y en un marco de reglas claras.
- Observar la eficiencia, haciendo uso sostenible de los recursos que estén a nuestro alcance impactar o que se involucren en nuestras cadenas de valor como empresas, así como vigilar el cumplimiento de los compromisos de los públicos de interés, cuyas acciones afectan los niveles de productividad y el cumplimiento de nuestros compromisos.

Igualmente, consideramos de gran valor los lineamientos de la OCDE en cuanto a:

- Integrar la responsabilidad empresarial sobre el respeto de los derechos humanos, tal y como se establece en los Principios Rectores de la ONU sobre Empresas y Derechos Humanos.
- Incorporar la debida diligencia, en función del riesgo en las principales áreas de la ética empresarial.

A close-up photograph of two hands shaking in a firm grip. The hands are positioned diagonally across the frame, with the fingers interlaced. The skin is a natural tone, and the background is a soft-focus white with faint blue lines. A dark blue diagonal banner is on the left side, containing white text. On the right edge, there is a faint, light blue geometric pattern of dots and lines.

## **DIMENSIONES DEL CÓDIGO DE ÉTICA**



# DIMENSIONES DEL CÓDIGO DE ÉTICA

## VI. SOSTENIBILIDAD

La Sostenibilidad empresarial es la facultad de llevar a cabo las actividades productivas en el marco de relaciones armónicas con los públicos de interés, creando oportunidades de conocimiento y valor compartido para la sociedad y el medio ambiente, con una perspectiva de largo plazo.

### i. Lavado de activos y financiamiento al terrorismo

Los miembros de la Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo cumplimos a cabalidad las leyes que prohíben y combaten el lavado de activos y financiamiento del terrorismo y otras actividades ilícitas. Cumplimos con la debida diligencia de cara al requerimiento de estas normas, en las relaciones con nuestros proveedores y clientes y nos adherimos a las buenas prácticas de integridad financiera, llevando unos registros financieros completos y exactos que reflejan de forma justa el estado y los resultados de las empresas que representamos, y gestionando adecuadamente los activos y la información confidencial de las Compañías que representamos.

Conscientes de que los riesgos concatenados con el lavado de activos y financiamiento al terrorismo implican relacionamiento con redes de narcotráfico, extorsión, contrabando, captación ilegal de dinero, esquemas piramidales o enriquecimiento ilícito, los agremiados en la Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo de la ANDI, nos comprometemos con los siguientes lineamientos:

A. Es compromiso de todos los miembros de la Cámara garantizar el cumplimiento pleno del marco legal local y/o global sobre el delito de lavado de activos.

B. Velar por el cumplimiento de las normas en toda la cadena de valor; implementando controles idóneos para promover e incentivar la prevención de la distribución irregular

hacia mercados o clientes diferentes de los originales o hacia secundarios no identificables, así como el incumplimiento de contratos, compromisos comerciales o leyes.

C. Realizar el mayor de los esfuerzos para cumplir con la debida diligencia en el conocimiento de las guías éticas, las operaciones y la cadena de valor de aliados, clientes y proveedores.

D. Será deber de los directivos y colaboradores de las empresas miembros de la Cámara, contribuir con la administración de justicia no sólo atendiendo los requerimientos particulares de las autoridades, sino auxiliándolas con información de valor en la lucha contra el delito y contra la impunidad.

E. Tomar las medidas que permitan mantener informados a los colaboradores de las empresas sobre el alcance y prevención de los delitos de lavado de activos y financiación del terrorismo, a través de programas de capacitación y campañas de divulgación.

### ii. Soborno

Nos declaramos en contra del soborno, cumpliendo con las leyes y las prácticas globales que lo impiden y desestimulan. Para los miembros de la Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo de la ANDI, no son admisibles cualquiera de los mecanismos que influyan indebidamente en los públicos de interés para que tomen decisiones en nuestro favor, como: los sobornos, el cohecho, pagos ilegales y ofrecimiento de privilegios, obsequios, invitaciones, artículos costosos, entre otros.

- Las prácticas comerciales de los miembros de la Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo de la ANDI no deberán incluir comportamientos que promuevan o conduzcan a

corrupción o soborno, tal como pagos para obtener beneficios para trabajadores, miembros de sus familias o terceras personas.

- En sus relaciones con clientes y proveedores, los miembros de las empresas agremiadas no deberán aceptar regalos, dádivas o atenciones que tengan como propósito obtener tratamientos favorables o que desvíen decisiones de negocio para obtención de contratos o trato no equitativo con otros clientes y proveedores.
- Se desestimulará que los trabajadores de las empresas miembros de la Cámara ofrezcan regalos, dádivas o atenciones que busquen alterar las decisiones empresariales de sus clientes o proveedores, o de algún trabajador de estos, que se desvíen de los criterios económicos y comerciales.
- Los miembros de la Cámara no aceptarán ni participarán en sobornos a servidores públicos ni de forma directa, ni por intermedio de terceros, para obtener beneficios, contrataciones o tratos diferentes a los previstos en la legislación, ni con cualquier otro propósito.
- Las actividades de cabildeo frente a organismos públicos, por parte de las empresas, se harán de forma transparente y enmarcadas en los principios y valores éticos contenidos en este código y en la ley.
- Las actividades de cabildeo frente a organismos públicos, realizadas desde la Cámara de Cosméticos y Aseo, serán siempre discutidas, acordadas y coordinadas desde el seno de la Cámara y en conocimiento de todos los asociados, igualmente de forma transparente y enmarcadas en los principios y valores éticos contenidos en este código y en la ley.

### **iii. Contrabando y falsificación**

Como gremio declaramos que rechazamos el contrabando en cualquiera de sus formas, así como cualquier tipo de falsificación.

Nuestro compromiso es realizar las alertas tempranas, así como actuar con debida diligencia, ante cualquier señal que indique una amenaza para la Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo de la ANDI o cualquiera de sus empresas agremiadas.

- Las empresas del sector implementarán medidas de control y seguimiento que les permitan detectar acciones de contrabando y posible falsificación de sus productos, en cualquiera de sus canales de comercialización.
- Se comprometerán con la denuncia y suministro de toda la información que las autoridades requieran, al detectar situaciones de contrabando y posible falsificación en cualquiera de sus canales de distribución y/o comercialización.
- Se informará a la Cámara sobre situaciones que se detecten de contrabando o posible falsificación, con el fin de tomar medidas conjuntas que mitiguen el impacto que se pudiera generar en la reputación del sector.

### **iv. Rendición de cuentas como sector**

Como Cámara se establece el compromiso de realizar una rendición de cuentas veraz respecto al sector de cosméticos y aseo. En caso de que los haya, serán señalados oportunamente los riesgos u obstáculos que puedan impedir la rendición de cuentas como sector a sus respectivos públicos de interés.

- Se suministrará la información de interés público que permita conocer con transparencia los propósitos, avances y retos del sector.
- Se dispondrá de medios para comunicar y distribuir la información relevante y de carácter público de la Cámara hacia las autoridades competentes y la sociedad.
- Se estimularán y reconocerán los esfuerzos por actuar de manera transparente por parte de las diferentes empresas agremiadas.

- Se asegurará la veracidad y oportuna entrega de la información que sustente la rendición de cuentas por parte de la Cámara.

#### **v. Acceso a la información**

Ofrecemos acceso a la información destinada a los públicos de interés, de acuerdo con los derechos que les correspondan, bajo los siguientes principios: transparencia, legibilidad, accesibilidad y veracidad. Nos comprometemos a proteger la información de nuestros relacionados de acuerdo con las leyes colombianas de protección de datos personales, libre competencia y protección al consumidor. Cumpliremos con la confidencialidad, seguridad y tratamiento adecuados en referencia a la información que se comparta en el seno de la Cámara, así como en nuestras respectivas organizaciones.

#### **vi. Derechos humanos, laborales y sociales**

Nos comprometemos con la generación de empleos seguros y saludables, bajo el cumplimiento estricto del marco legal. Promovemos de manera permanente y dentro de las buenas prácticas, la inclusión y aceptación de la diversidad, la debida diligencia en cuanto a la prevención, detección y eliminación de prácticas de abuso de poder y acoso, creando un ambiente laboral adecuado para el alto desempeño y el crecimiento profesional. Adicionalmente, todas las empresas pertenecientes a la Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo de la ANDI se comprometen con sus colaboradores a:

- Enfatizar el cumplimiento de los Derechos Humanos Fundamentales y cumplir en todo momento con las prohibiciones legales relativas a esclavitud y el trabajo forzado y el trabajo infantil, así como evitar cualquier tipo de acto de discriminación.
- Tomar decisiones laborales considerando el mérito individual y evitar todo tipo de discriminación debido a cualquier rasgo, factor, condición o característica

individual tal como género, edad, raza, etnia, religión, capacidad diferente, país de origen, estado civil u orientación sexual, entre otros.

- Reconocer el derecho a la libertad de asociación.
- Dar prioridad en proveer un ambiente de trabajo seguro, sano, productivo y digno que promueva un trato equitativo y condiciones adecuadas laborales y de salud y seguridad en el trabajo.
- Promover los canales que permitan la denuncia y resolución de las situaciones de presunto acoso laboral o discriminaciones, conforme a la ley.

#### **vii. Sostenibilidad ambiental**

Apoyamos y vigilamos el cumplimiento de las leyes ambientales, así como las buenas prácticas que minimizan la afectación de nuestras operaciones sobre el medio ambiente y las comunidades relacionadas.

- Se hará un seguimiento exhaustivo de lineamientos y normativas emitidas por autoridades competentes a nivel nacional.
- Se implementarán medidas de mitigación del impacto ecológico que las actividades industriales puedan causar en el medio ambiente.
- Se monitorearán y controlarán permanentemente las emisiones, ruidos y vibraciones que perturben el entorno de nuestras operaciones.
- Se promoverá la participación en programas de control ambiental, reciclaje y manejo de desechos, producto de nuestras actividades industriales y comerciales.
- Se promoverá la investigación y el uso de tecnologías que permitan el desarrollo de productos y envases que no comprometan el equilibrio ecológico y que permitan generación de productos reciclables y amigables con el ambiente.



- Se maximizará el uso eficiente de recursos hídricos y la prevención de la contaminación de estos, con los productos de nuestras actividades de transformación y comercialización.
- Se participará de manera proactiva con organismos públicos y privados comprometidos con el desarrollo de planes para mantener el equilibrio ecológico.
- Se aplicarán prácticas de debida diligencia, así como procesos para la mitigación de impactos sobre el medio ambiente y los animales, asumiendo los mandatos de ley y los lineamientos globales a los que se adhiere este código.



## VII. INTERACCIONES ENTRE AGREMIADOS

Las interacciones entre agremiados son contactos y relaciones que los representantes de las empresas establecen entre sí, en la búsqueda de beneficios como gremio o parte del mismo y en el ámbito del respeto profesional, tomando en cuenta su rol como representantes de las empresas y las marcas que conviven en la Cámara. Las interacciones armónicas entre agremiados son indispensables para la gestión eficiente de los intereses de la Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo de la ANDI, por lo cual este código promueve una cultura ética de sana competencia, profesionalismo y coordinación de iniciativas gremiales, siempre dentro de los límites fijados por la ley.

### i. Construcción y protección de la reputación gremial

Los miembros de la Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo de la ANDI, trabajaremos de manera articulada para proteger la reputación gremial, observando las buenas prácticas de libre competencia leal y cumplimiento, juntas y por separado, con las guías del presente Código de Ética. Los asuntos comunes entre afiliados se deberán discutir y resolver al interior de la Cámara, utilizando como guías el presente Código de Ética, el de los agremiados y los valores y principios generales declarados por la ANDI.

- Los representantes de la Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo de la ANDI, en coordinación con los representantes de la ANDI, serán los voceros de los asuntos comunes entre agremiados que deban ser expuestos ante la opinión pública, entidades gubernamentales, otros gremios y organismos internacionales
- Se promoverá el conocimiento y cumplimiento de las normas de libre competencia.
- La Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo de la ANDI apoyará a los agremiados con información actualizada acerca de las diferentes normativas que puedan afectar a las empresas o al mercado.
- Se promoverá una comunicación respetuosa entre agremiados, sin confrontaciones de carácter público ni privado.
- Se respetarán las marcas que pertenezcan a la industria, promoviendo una relación de equidad entre todos los miembros de la Cámara.
- En caso de conflictos entre agremiados, se deberá mitigar el efecto negativo sobre los públicos de interés, especialmente a colaboradores, proveedores y consumidores, y se promoverá el uso de los medios alternativos de resolución de conflictos, incluyendo la mediación y la conciliación.



## ii. Conflictos de interés

En el ámbito gremial y en las situaciones que involucran a los miembros de la Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo de la ANDI, los individuos se abstendrán de involucrarse en decisiones en las que sus intereses particulares relativos a su posición en la compañía que representan puedan ser favorecidos o vulnerados.

- En lo referente a las actividades de la Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo priman los intereses de la industria, frente a los intereses particulares de las empresas.
- Se declararán los conflictos de interés cuando los intereses particulares de las empresas o sus representantes estén en conflicto con los objetivos de la Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo de la ANDI, o se pueda vulnerar la reputación gremial.
- No se utilizará la posición de la Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo de la ANDI para favorecer los intereses individuales de las personas que representan a las diferentes compañías agremiadas.

## iii. Competencia justa y libre

En cuanto a competencia justa y libre se resalta, como premisa fundamental, el valor de la libre empresa, la búsqueda de competitividad empresarial y la sostenibilidad como motores del crecimiento económico de Colombia.

Los miembros de la Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo de la ANDI concordamos en que la competencia justa y libre promueve un mercado de opciones innovador, aumenta la eficiencia e incrementa la accesibilidad a los productos, a la vez que impulsa el crecimiento económico del país. En tal sentido acordamos:

- Evitar contrataciones con proveedores que limiten la independencia de las partes, y/o su potencial de diversificación en el mercado.

- Los miembros de la Cámara, promovemos la libre competencia y nos abstenemos de incurrir en prácticas monopólicas abusivas y anticompetitivas respecto a las variables del mercado.
- Los competidores no divulgarán ninguna información gremial que se comparta en el seno de la Cámara para su provecho propio y unilateral.

## iv. Respeto por las marcas y comunicaciones

Las empresas agremiadas valoran y respetan la originalidad de cada marca y sus respectivas comunicaciones corporativas, promocionales y publicitarias. De acuerdo con lo anterior acordamos:

- Respetar las leyes y regulaciones aplicables y vigentes de cada país.
- Realizar publicidad según lo establecido en la Guía de Proclamas desarrollada por los afiliados y las autoridades.
- Rechazar la copia o plagio en cuanto a productos, imagen y comunicaciones publicitarias.
- Denunciar con sustento y responsabilidad, la competencia desleal y las prácticas restrictivas de la libre competencia, utilizando una vía conciliatoria entre las empresas y ante la entidad pertinente antes de utilizar la vía jurídica.

## v. Manejo de la información

Las empresas de la Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo de la ANDI, en lo que respecta con el manejo de información, se comprometen a evitar el intercambio de información sensible que pueda afectar la libre competencia y a guardar la reserva de la información que les sea suministrada con carácter confidencial.



## VIII. INTERACCIONES CON TERCEROS

Las interacciones con terceros son contactos y relaciones que las empresas establecen con sus públicos de interés o stakeholders, sean estos parte de su cadena de valor, entes reguladores, representantes gubernamentales, profesionales de la salud o de otras especialidades, comunidades o sociedad en general. Las interacciones armónicas con terceros son indispensables para la gestión eficiente de los intereses de la Cámara de Cosméticos y Aseo, por lo cual, este Código de Ética promueve una cultura de transparencia, reglas claras, de actuación profesional y respetuosa y declaratorias ante presencia de conflicto de interés.

### i. Publicidad y promoción

Los miembros de la Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo de la ANDI se comprometen a desarrollar y gestionar sus actividades promocionales, comunicacionales y de publicidad en el marco de la ley, teniendo como guía los principios de competencia libre y leal, cuidando que los contenidos sean libres de discriminación y antivalores.

- Las compañías miembros de la Cámara se apegarán a la legalidad y normativas establecidas en Colombia, especialmente en el tratamiento de datos en campañas y comunicaciones que involucren datos personales de individuos.
- Cada empresa será libre de desarrollar sus políticas corporativas de publicidad y promoción, las cuales deben ir alineadas con los valores y principios rectores plasmados al principio de este código.
- Las empresas serán responsables de actuar acordes con los lineamientos de este código, así como de la legislación, en la veracidad, claridad y exactitud en cuanto a los atributos, beneficios, componentes y calidad de sus productos, así como en la información promocional que proporcionan a los diversos canales.
- Se tratará de forma confidencial el manejo de casos y ejemplos dentro de la Cámara.

- Se manejarán responsable y controladamente las muestras y pruebas o tratamientos promocionales. Cada empresa es responsable y debe estar acorde con los lineamientos de este código y la legislación.
- Se comprobarán las referencias científicas, aseveraciones e ilustraciones objetivas de los productos comercializados. Cada empresa debe manejar sus comunicaciones de acuerdo con los lineamientos de este código y la legislación vigente y aplicable.
- Las empresas tratarán de manera responsable y ética los mensajes publicitarios respetando la dignidad humana y evitando que estos muestren cualquier tipo de discriminación, maltrato a otros o antivalores.
- Las empresas cuidarán especialmente que los mensajes contenidos en la publicidad, las promociones y comunicaciones en general se apeguen a las normas y valores de protección a la infancia establecidos en los marcos legales de cada país, así como en los lineamientos internacionales a los que se suscribe este código.
- Las empresas manejarán responsable y profesionalmente las investigaciones de mercado. Cada empresa es responsable y debe estar acorde con los lineamientos de este código y la legislación colombiana.

## **ii. Interacción con los consumidores**

La interacción con los consumidores de manera grupal o individual debe respetar el derecho a la libre decisión por parte del consumidor, así como la veracidad y calidad de la información que se entrega.

- Las actividades promocionales deberán, en todo momento, respetar los principios de: transparencia y claridad respecto a la promesa de la promoción, incluir unos “términos y condiciones” completos y detallados, calidad del producto y las muestras promocionales, veracidad de la información sobre el producto.
- Cada compañía agremiada realizará sus mejores esfuerzos por contar con los mecanismos internos de autogestión y autorregulación que faciliten la apropiada interacción con los consumidores y la atención a sus correspondientes peticiones, quejas y reclamos oportunamente conforme a la ley.
- Este código señala la conveniencia de que las interacciones con los consumidores sean registradas y documentadas como parte de los procedimientos de autorregulación e insta a las empresas agremiadas a desarrollar las buenas prácticas que al respecto se establecen en la legislación colombiana.
- En las interacciones con los consumidores que cuenten con la participación de terceros (profesionales expertos, personas que prestan testimonios, científicos, académicos o similares) que puedan actuar o influir en la decisión del consumidor, las empresas agremiadas deberán garantizar la idoneidad, calidad e independencia del tercero, mediante sus correspondientes procedimientos de debida diligencia.

## **iii. Representación y discusión de asuntos comunes de los afiliados**

La vocería y representación de los miembros de la Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo de la ANDI, será llevada, de forma coordinada y de acuerdo con los estatutos, el reglamento de Cámaras Sectoriales y demás regulaciones de la ANDI, por los funcionarios de la Cámara y de la ANDI.

- La Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo de la ANDI representará a las empresas agremiadas para la protección de los intereses conjuntos, siempre en el marco legal y ético.
- Bajo ningún concepto se realizarán ofrecimientos de prebendas o dádivas a funcionarios públicos, sean estas en dinero o en especie.



- Los representantes de la Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo de la ANDI suministrarán a sus miembros y públicos de interés información constante, accesible, frecuente, constatable y transparente acerca de sus gestiones.
- Los miembros de la Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo de la ANDI respetarán la posición fijada por esta y evitarán hacer pronunciamientos contrarios a dicha posición.

#### **iv. Tratamiento de proveedores**

Los miembros de la Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo de la ANDI se comprometen a:

- Actuar de manera transparente, justa e imparcial con sus proveedores.
- Promover y contribuir al desarrollo de sus proveedores como estrategia para fortalecer la cadena de valor y el desarrollo de las empresas, el sector y el país.
- Promover la confidencialidad en referencia a la información de sus proveedores.

#### **v. Interacción con instituciones y funcionarios públicos**

El relacionamiento con funcionarios e instituciones públicas se guiará por este código y se gestionará en el marco de la transparencia, la ética y los valores de la Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo de la ANDI, los cuales se contraponen a la corrupción y la ilegalidad en cualquiera de sus formas.

- Se deben cumplir las leyes vigentes en cuanto a la interacción con instituciones y funcionarios públicos. Estas mismas aplican para la interacción con los profesionales de la salud u otra especialidad.

- Los miembros de la Cámara velarán por la prevención y manejo de los conflictos de interés, así como el manejo de lobby con instituciones y funcionarios públicos, de conformidad con lo dispuesto en este código.
- Se rechaza el otorgamiento a cualquier tercero de dádivas, prebendas, privilegios y pagos de facilitación, de conformidad con lo dispuesto en este código.
- Se exige la legalidad y respeto por la independencia de los funcionarios públicos.
- Se prohíbe la coacción a funcionarios, familiares o relacionados.
- Se debe actuar éticamente y dentro de los marcos legales en la gestión de ex funcionarios públicos. Las empresas deben tener en cuenta la política de “puerta giratoria” para no incurrir en faltas con este código ni legales.
- Se deben prevenir los riesgos por corrupción y lavado de activos de conformidad con lo dispuesto en este código.
- Se debe actuar con transparencia para prevenir la colusión.
- Se deben denunciar ante la Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo de la ANDI, los hechos antiéticos sobre los cuales tengan conocimiento los miembros de la Cámara de Cosméticos y Aseo.

#### **vi. Protección de Datos Personales.**

El manejo de información y datos personales de terceros, incluyendo consumidores o empleados, será cuidadosamente tratado y gestionado de acuerdo con lo señalado en las leyes y en el marco de la ética y la protección de la integridad de las personas por lo que a través de este código los miembros de la Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo de la ANDI se comprometen a:





- Seguir a cabalidad la Ley de tratamiento y protección de datos personales (Ley Estatutaria 1581 de 2012, sus normas reglamentarias y demás normatividad vigente aplicable)
- Dar una adecuada diligencia y vigilancia de los repositorios de datos por parte de las empresas afiliadas a la Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo de la ANDI, así como de la misma Cámara.

## **IX. CUMPLIMIENTO DEL CÓDIGO DE ÉTICA**

Este Código de Ética de la Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo de la ANDI establece como un compromiso ante la sociedad, el mercado y los entes reguladores, la promoción de la autorregulación para las empresas agremiadas. En tal sentido, estas acuerdan que la Cámara de

la Industria Cosmética y de Aseo señalará buenas prácticas, facilitará conversaciones, promoverá el uso de medios alternativos de resolución de conflictos entre agremiados y tomará acciones que estén a su alcance para evitar que los incumplimientos a este código, sus valores y principios rectores por parte de alguna empresa agremiada, deterioren la reputación, las oportunidades o la competitividad del resto de las empresas del gremio y de la Cámara.

Como aporte a la promoción de Cultura Ética Empresarial, esta Cámara se compromete a reconocer y resaltar las buenas prácticas en el cumplimiento de este código que las empresas agremiadas lleven adelante, con el propósito de propiciar un modelaje positivo para el sector.

Se insta a cada empresa agremiada, a contar con sistemas de autorregulación y vigilancia de sus propios procesos y debida diligencia para la contención de los incumplimientos a este código.

## GLOSARIO

**Cabildeo:** conjunto de actividades que se realizan, en representación de un colectivo (la Cámara o quienes se designen en representación de los afiliados), frente a los diferentes entes regulatorios y de control del Estado, con el objetivo de influir positivamente en la formulación de políticas públicas y en la generación de instrumentos de control que impacten el desarrollo del sector de las empresas que lo conforman y las relaciones con sus stakeholders.

**Conflicto de Interés:** situaciones en las que un individuo u organización representa intereses colectivos (la Cámara o quienes se designen en representación de los afiliados), pero sus decisiones y posiciones están afectadas por intereses particulares y en la búsqueda de beneficios, que no necesariamente

representan la mejor opción posible para los colectivos que representan o para cada una de las empresas.

**Soborno:** acción de ofrecer y/o entregar dinero, obsequios, o prebendas o la pretensión de influir con ofrecimientos no éticos ni transparentes, ante instituciones o funcionarios públicos, con el fin de obtener beneficios para un afiliado o un grupo de estos.

**Falsificación:** producción y/o comercialización total o parcial de productos o elementos de estos que se asemejen a otros, ya presentes en el mercado, pretendiendo engañar a los consumidores y cadenas de distribución en la orientación de su decisión de compra.

# EMPRESAS AFILIADAS

AMWAY COLOMBIA S.A.

AVON COLOMBIA LTDA.

AZUL K S.A.

BASF QUIMICA COLOMBIANA S.A.

BEL STAR S.A.

BIOTECNIK S.A.S

BRINSA S.A

CERESCOS S.A.S.

CLEVER COSMETICS S.A.S.

COLOROX DE COLOMBIA S.A

COLGATE PALMOLIVE COMPAÑÍA

COLOMBIANA KIMBERLY COLPAPEL S.A.

CRODA SUCURSAL COLOMBIA

DETERGENTES LTDA.

DISAN COLOMBIA S.A.

E.V.E. DISTRIBUCIONES S.A.S.

EDGEWELL PERSONAL CARE

ELCA COSMÉTICOS COLOMBIA S.A.S.

ETERNA S.A

GENOMMA LAB COLOMBIA LTDA.

GLAXOSMITHKLINE CONSUMER HEALTHCARE COLOMBIA S,A,S

HADA S.A.

HENKEL COLOMBIANA S.A.S

HLF COLOMBIA LTDA.

JOHNSON & JOHNSON DE COLOMBIA

L'OREAL COLOMBIA S.A.

LABORATORIOS COFARMA S.A.

LABORATORIOS DE ESPECIALIDADES COSMETICAS ESKO LTDA.

NATURA COSMETICOS LTDA.

OMNILIFE DE COLOMBIA S.A.S

ORIFLAME DE COLOMBIA S.A.

PREBEL S.A.

PROCTER & GAMBLE COLOMBIA LTDA.

PRODUCTOS DE BELLEZA ANA MARIA S.A.

LABORATORIOS MARIA SALOME S.A.S

LABORATORIOS MYN CIA LTDA

LABORATORIOS RECAMIER LTDA.

MARY KAY COLOMBIA S.A.S

MERCK S.A.

PRODUCTOS FAMILIA S.A.

QUALA S.A

QUIFARMA LTDA

RAISBECK OSMAN & CASTRO SAS

RECAMIER S.A.

RECKITT BENCKISER COLOMBIA S.A.

S.C. JOHNSON & SON COLOMBIANA S.A.

SCALPI COSMETICA S.A.

SCANDINAVIA PHARMA LTDA

STEPAN COLOMBIA S.A.S.

TECNOQUIMICAS S.A.

TECSER LABORATORIOS S.A.

UCIPHARMA S.A. (AMAREY NOVA)

UNILEVER ANDINA COLOMBIA LTDA.

VANTAGE SPECIALTY CHEMICAL S.A.S.

YANBAL COLOMBIA S.A.

