



# CÓDIGO DE ÉTICA Y CONDUCTA

# ÍNDICE

---

1. Introducción y alcances.
2. Nuestros principios, Nuestra cultura y la forma en que nos relacionamos con nuestros aliados estratégicos.
  - 2.1 Valores que nos rigen
  - 2.2 Proveedores.
  - 2.3 Competidores.
  - 2.4 Medios de comunicación y opinión pública.
  - 2.5 Colaboradores.
  - 2.6 Que hacer y que no hacer
3. Nuestra perspectiva frente a los colaboradores.
4. Nuestro manejo de la información y datos personales.
  - 4.1 Clasificación de información.
  - 4.2 Medidas adicionales frente a la información confidencial.
  - 4.3 Manejo responsable de información confidencial.
  - 4.4 Propiedad intelectual.
  - 4.5 Información privilegiada.
5. Nuestro actuar frente a los conflictos de interés.
  - 5.1 Conflicto de interés personal.
6. Nuestro aporte a la lucha contra el fraude, la corrupción, el lavado de activos y financiación del terrorismo.
  - 6.1 Apropiación indebida de activos
  - 6.2 Corrupción y fraude.
  - 6.3 Cumplimiento de deberes fiscales y tributarios en El Salvador.
  - 6.4 Nuestra posición ante el lavado de dinero
7. Canales de denuncias éticas y protección al denunciante.
  - 7.1 Procedimiento de atención.

Com  
ESTAR DENTRO  
ESTAR

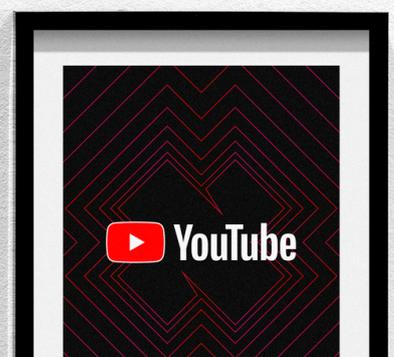
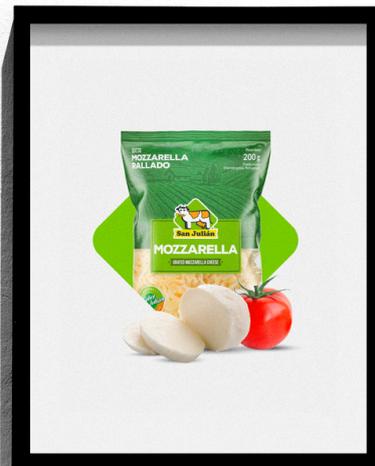
# INTRODUCCIÓN

---

En Alpha Studio, creemos en construir publicidad responsable junto a nuestras marcas. Cada campaña que desarrollamos busca no solo alcanzar resultados de negocio, sino también generar un impacto positivo en las comunidades. A través de la creatividad y la estrategia, trabajamos para impulsar el desarrollo económico, cultural y social de nuestros clientes, contribuyendo activamente al bienestar de todos los públicos con los que interactuamos.

En todas nuestras decisiones, hemos priorizado siempre el apego a la ley, el sentido ético y la integridad sobre los resultados comerciales inmediatos. Estos principios han sido la base sobre el cual hemos logrado un crecimiento sostenible como agencia de publicidad. Creemos que los resultados a largo plazo se construyen sobre la confianza y el respeto por los estándares éticos. Por ello nos esforzamos por ser líderes en prácticas responsables en la industria publicitaria.

El Código de Ética y Conducta de nuestra agencia refleja nuestra cultura organizacional, la cual está fundamentada en principios éticos sólidos. Este código expresa en una serie de rasgos de comportamiento que todos los colaboradores de la agencia deben desarrollar y poner en práctica en sus relaciones internas y con los diferentes grupos de interés, tales como clientes, proveedores y la comunidad en general, esto incluye a todos los países en los que Alpha Studio opere.



## **NUESTROS PRINCIPIOS, NUESTRA CULTURA Y LA FORMA EN QUE NOS RELACIONAMOS CON NUESTROS ALIADOS ESTRATÉGICOS.**

---

Las disposiciones de este Código aplican a todos los miembros del equipo, desde la alta dirección hasta los colaboradores más nuevos, así como a clientes, proveedores, socios y colaboradores externos con quienes trabajamos.

Todos ellos, para efectos de este Código, serán referidos como “colaboradores”. Cada uno de nosotros debe estar comprometido con los principios y valores establecidos en este documento y actuar con integridad en cada interacción.

Dado que la ética trasciende las fronteras geográficas y culturales, este Código de Ética y Conducta tiene un alcance global y se aplica a todas las operaciones de nuestra agencia y los países en los que opera.

Nos aseguramos de que nuestros colaboradores y proveedores cumplan con los principios éticos establecidos en este Código, y les pedimos que se adhieran a estas normas en todas sus interacciones con nosotros.





Let's talk.

## 2.1 VALORES QUE NOS RIGEN

En el día a día, nuestros colaboradores se relacionan con la comunidad en general y con diferentes grupos de interés. En este relacionamiento, deben ser coherentes con nuestro propósito ético y actuar de manera competente, integrando sus fortalezas individuales y técnicas, para lograr resultados sobresalientes.

En Alpha estamos convencidos de que las personas hacemos la diferencia, es por ello que nuestra cultura organizacional, se fundamenta en principios éticos y está expresada por 5 rasgos de comportamiento que llevan a que cada colaborador sea la mejor versión de sí mismo.

- **Pasión:** Fuerte compromiso con los proyectos, un deseo genuino de alcanzar el éxito y una actitud positiva que puede inspirar a todo el equipo.
- **Excelencia:** Compromiso constante con la mejora y la superación; ofrecer soluciones innovadoras y efectivas a los clientes.
- **Disciplina:** Mantener el enfoque, seguir las reglas y procesos establecidos para lograr los objetivos.
- **Proactividad:** Identificar nuevas oportunidades, abordar los desafíos y tomar la iniciativa para mejorar los procesos.
- **Meritocracia:** Sistema en el que las recompensas, los ascensos y oportunidades se basan en el mérito de nuestros colaboradores.

## 2.2 PROVEEDORES

Nuestros colaboradores obrarán con transparencia y responsabilidad en los procesos de selección y contratación de proveedores, buscando contar con equipos que estén comprometidos con el buen obrar, y que cumplan con lo establecido en los Lineamientos de Ética y Conducta para proveedores y aliados. Seremos objetivos y fundamentaremos nuestras decisiones en criterios técnicos, profesionales, transparentes y éticos, velando por detectar y gestionar los conflictos de interés. Los procesos que adelantemos con ocasión de estas contrataciones buscarán la mejor relación al momento del contrato y durante la relación comercial.

1. Capacidad técnica y experiencia comprobable
2. Reputación y referencias
3. Alineación con la cultura de Alpha Studio
4. Independencia en el proceso
5. Transparencia y prevención de conflictos de interés
6. Relación valor-beneficio

## 2.3 COMPETIDORES

La competencia sana, libre y leal será un principio clave en todas nuestras actividades y relaciones con otras agencias, clientes y entidades del sector. En nuestra agencia de publicidad, fomentamos un entorno donde la competencia se fundamenta en la creatividad, el profesionalismo y el respeto mutuo. Por ello, nuestros colaboradores se comprometen a evitar:

- Hacer comentarios destructivos o difamatorios que puedan afectar la reputación de nuestros competidores o a difundir rumores infundados sobre ellos.
- Ejecutar acciones o estrategias que causen confusión o engaño entre los clientes, como presentar de manera incorrecta los servicios de nuestros competidores o emplear tácticas desleales.
- Participar en prácticas anticompetitivas, como acuerdos con otras agencias o entidades que busquen limitar la libre competencia, el abuso de posición dominante o tácticas que restrinjan el libre mercado.

Nuestra agencia promueve una competencia ética, siempre buscando ofrecer servicios innovadores y de alta calidad, sin recurrir a métodos desleales ni perjudiciales para otros actores del mercado.

## **2.3 MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y OPINIÓN PÚBLICA.**

Mantener una comunicación transparente y respetuosa con los medios es fundamental para proyectar una imagen acorde con nuestros valores. Solo las personas autorizadas pueden emitir declaraciones oficiales, por lo que cualquier colaborador que sea contactado por un medio debe remitir la solicitud al área de Comunicaciones Externas. Toda comunicación externa debe alinearse con los principios de la empresa, protegiendo su imagen y evitando compartir información confidencial o engañosa, así como información referente a nuestras marcas y sus campañas. Además, los colaboradores deben ser responsables con el uso de redes sociales, evitando hacer comentarios en nombre de la organización sin autorización expresa.

## **2.4 COLABORADORES**

Los miembros de dirección o jefes de la empresa son quienes definen nuestro tono ético, orientan nuestra conducta y exigen que los resultados del negocio sean el reflejo de conductas íntegras, con apego a la ley y al presente Código.

Los colaboradores que tienen una posición de liderazgo son responsables de promover, desde el ejemplo de nuestra cultura organizacional. Deben estar alerta a detectar situaciones en donde los integrantes de sus equipos de trabajo enfrenten dilemas éticos para ayudar a resolverlos, involucrando al área de cumplimiento y gerencia, cuando requieran asesoría en cuanto a su gestión correcta y oportuna. Asimismo, tienen la responsabilidad de conocer aspectos personales, sociales, económicos y laborales de las personas de su equipo, para orientar su desarrollo y para identificar posibles señales de alerta; lo anterior enmarcado dentro de una relación empática, cercana, respetando la intimidad y privacidad.

Las relaciones entre colaboradores deberán enmarcarse en los rasgos de comportamiento definidos en la cultura organizacional y fundamentarse en la integridad, dando estricto cumplimiento a las normas señaladas en el Reglamento Interno de Trabajo, políticas internas y el presente Código de Ética y Conducta u otros manuales de políticas y cumplimientos.

Nuestros colaboradores son responsables de buscar que predominen las formas de trabajo colaborativas, en las que se sumen las habilidades de las diferentes personas, se promueva el aprendizaje para el cambio de rutinas, se valore la diversidad, la equidad de género, el trabajo en equipo y la inclusión, buscando ser empáticos, respetuosos y cercanos en las relaciones entre ellos y con nuestros clientes.

Los entornos digitales (incluidas las redes sociales propias, redes sociales de terceros y servicios de mensajería instantánea) se han convertido en espacios de conversación y de interacción permanente para todos los aspectos de la vida cotidiana. Nuestros colaboradores tienen la responsabilidad de cuidar su reputación y la agencia en las plataformas sociales y digitales; es por esto por lo que, entendiendo el impacto público y masivo de dichos entornos, deben observar lo siguiente:



## QUÉ COSAS VOY A HACER

1. Mi comportamiento e identidad como colaborador de Alpha Studio son los mismos dentro o fuera de la organización. Esto incluye mi entorno digital.
2. La decisión de participar en redes sociales es mía, por lo que siempre debo hacerlo a título personal.
3. Tengo cuidado con lo que digo y hago en el escenario digital, entendiendo el impacto que puede tener la asociación con la organización para la que trabajo y la marca que represento, ya que son escenarios públicos.
4. El lenguaje que uso como colaborador es siempre respetuoso y alineado con la marca.
5. Protejo siempre la información de carácter confidencial y aquella que sea susceptible de generar cualquier tipo de afectación.
6. Cuando recibo preguntas o cuestionamientos sobre temas de la organización, de forma física o digital, uso siempre los canales oficiales y la posición de la organización.
7. Amplifico y comparto en mis redes sociales, de forma voluntaria, la información oficial y pública generada por la organización.
8. Tengo en cuenta que en publicaciones de productos y/o servicios de la organización, siempre debo usar las piezas y el lenguaje comercial autorizado, incluyendo los términos y condiciones. En caso de utilizar piezas gráficas, deben ser las entregadas por la organización y no debo hacer diseños propios.

## QUÉ COSAS NO DEBO A HACER

1. Soy consciente de que no soy vocero oficial de la organización, y que tener una red social personal no me convierte en uno.
2. No creo espacios en redes sociales en nombre de la organización.
3. Entiendo que, aunque las redes sociales son un espacio abierto para la publicación de ideas, en la agencia no se acepta ninguna expresión discriminatoria u ofensiva de parte de sus colaboradores contra personas u otras organizaciones.
4. No uso redes sociales para quejarme de productos o servicios de la organización. Utilizo siempre los canales internos establecidos para presentar mis quejas o inquietudes.
5. No promuevo conversaciones negativas o que afecten directa o indirectamente a la organización y sus grupos de interés.
6. En ningún caso solicito datos personales o de contacto a través de plataformas digitales.
7. Tengo especial cuidado en no realizar afirmaciones u opiniones a través de audios o textos, cuando utilizo plataformas digitales, que se puedan viralizar rápidamente y representen consecuencias reputacionales personales, para la agencia y sus marcas.
8. No distribuyo información del Alpha sin verificar. Si tengo dudas sobre hacer o no una publicación, reviso si ya está en los canales oficiales de la organización o valido con mi líder.

### 3. NUESTRA PERSPECTIVA FRENTE A LOS COLABORADORES

---

Nuestros colaboradores son el alma de nuestra agencia; son ellos quienes implementan nuestra estrategia y modelo de negocios, y quienes, a través de su compromiso, pasión y conducta alineada con los marcos legales y nuestra cultura organizacional, han construido nuestra reputación. Gracias a ellos, esa reputación continuará siendo protegida y fortalecida.

Por ello, en Alpha damos un gran énfasis a la selección de nuestros colaboradores, con el objetivo de garantizar que quienes se integren a nuestro equipo reflejen nuestra identidad y cultura. Las prácticas de selección y contratación están orientadas a identificar y atraer a personas que no solo cuenten con las competencias y el talento necesario, sino que también encarnen nuestros valores y principios, aquellos que definen lo que somos y en lo que creemos como agencia.

Las prácticas de selección son transparentes y se basan en criterios objetivos como el mérito, las competencias y el conocimiento de los candidatos. No se toman en cuenta factores como la edad, etnia, identidad cultural, discapacidad, religión, ideología, sexo, identidad de género, orientación sexual, estado civil, composición familiar ni antecedentes socioeconómicos. Contamos con políticas que promueven la igualdad de oportunidades para todos los candidatos, especialmente en los puestos de alta dirección, con un enfoque particular en la equidad de género. En la evaluación del desempeño de nuestros colaboradores, los criterios y métodos utilizados están libres de sesgos y se centran en el desarrollo de competencias, valores y habilidades. Además, reconocemos el valor de tener equipos diversos, por lo que implementamos estrategias inclusivas para superar los enfoques tradicionales en la gestión del talento.

Con el objetivo de evitar incentivos inapropiados que puedan comprometer la integridad que promovemos en nuestra agencia y asegurar prácticas responsables en nuestras campañas, nos aseguramos de que la remuneración variable esté alineada con el rendimiento y el impacto de los proyectos, tenga límites claros y no fomente comportamientos poco éticos. Contamos con un modelo de compensación que garantiza una remuneración justa y sin sesgos.

Rechazamos toda forma de empleo ilegal o abusiva y cualquier otra violación a los derechos humanos, incluidos los actos discriminatorios, el acoso laboral o sexual, el irrespeto, el maltrato o el abuso físico o psicológico. Todos nuestros colaboradores, sin distinción, deben fomentar relaciones basadas en el respeto por la dignidad de los demás, propiciando un ambiente de trabajo positivo e incluyente. Cualquier queja que presenten nuestros colaboradores, en relación con actos discriminatorios, acoso laboral o sexual, irrespeto o maltrato en el lugar de trabajo será revisada y atendida por el área de Gestión Humana de manera inmediata.

La gestión de la seguridad, la salud y el bienestar (físico, mental y emocional) de nuestros colaboradores es clave para lograr resultados excepcionales. Por ello, en nuestra agencia, tanto los Directores como nuestros líderes deben implementar acciones concretas que nos permitan ofrecer un ambiente de trabajo saludable, seguro, productivo y eficiente, donde todos tengan la oportunidad de desarrollar su máximo potencial.

Nuestra cultura de gestión integral del riesgo fomenta la autogestión y el autocontrol, lo que significa que las funciones de las áreas de control y auditoría complementan las responsabilidades de aquellos encargados de ejecutar los procesos y tareas específicas. Todos nuestros colaboradores tienen la responsabilidad de conocer y cumplir con las políticas internas de la agencia y los controles asociados a sus funciones. Para respaldarlos en esta responsabilidad, ofrecemos programas de formación, algunos de los cuales son obligatorios y deben completarse anualmente.



En nuestra agencia, promovemos el desarrollo y la realización integral de nuestros colaboradores, reconociendo que tienen intereses y actividades fuera de su desempeño profesional en la agencia. Por ello, permitimos que participen en actividades externas. Sin embargo, sus responsabilidades con la agencia deben prevalecer sobre otras relaciones laborales o de negocio, así como sobre cualquier actividad externa, ya sea con o sin fines de lucro. Antes de emprender cualquier actividad externa, los colaboradores deben evaluarlas según los siguientes criterios y obtener la aprobación de su líder, especialmente si estas pueden afectar el cumplimiento de sus responsabilidades:

1. Evaluar siempre los aspectos éticos y legales, así como el posible impacto reputacional tanto para el colaborador como para la agencia.
2. Priorizar la relación laboral con la agencia y cumplir con las responsabilidades asignadas.
3. Asegurar que no exista un conflicto de intereses o, si lo hay, gestionarlo adecuadamente y revelarlo según lo indicado en este Código. En caso de que exista un conflicto real o aparente, nuestros colaboradores no deben participar, ni directa ni indirectamente, en actividades externas que compitan con la agencia y con sus clientes.
4. No utilizar la propiedad intelectual de la agencia para actividades externas.
5. No aprovechar ni utilizar información confidencial de la agencia, sus clientes o negocios, salvo cuando dicha información sea de carácter público.

La participación de nuestros colaboradores en juntas directivas o comités de terceros, incluidas entidades sin ánimo de lucro, deberá contar con la autorización de su líder, quien deberá ser, al menos, un líder que reporte directamente a directores de primer nivel o a un cargo superior. Además, se deberá coordinar con el área de Talento Humano para mantener un registro de los colaboradores que participen en estas juntas. Esta autorización no será necesaria si la participación es en cumplimiento de las instrucciones de la agencia. Los colaboradores deberán usar su buen juicio y abstenerse de participar en actividades externas que puedan generar un conflicto de intereses o afectar su rendimiento y compromiso dentro de la agencia.

En nuestra agencia, respetamos la vida privada de nuestros colaboradores y sus espacios personales fuera del ámbito laboral, siempre esperando que, en todo momento y lugar, se mantenga un compromiso pleno y un comportamiento coherente con nuestra cultura organizacional, los principios que nos guían y las leyes aplicables. Por ello, si se llegaran a presentar comportamientos de nuestros colaboradores en la sociedad que afecten estos principios o nuestra reputación, tomaremos las medidas necesarias para protegerlos, siempre de acuerdo con los procesos y medios oficiales que correspondan a nuestra agencia, así como los procesos que estén dentro del marco legal.

## 4. NUESTRO MANEJO DE LA INFORMACIÓN Y DATOS PERSONALES

*"Las personas son el alma de nuestra organización; su compromiso y pasión marcan la diferencia."*

Es tarea de los líderes asegurarse de que los colaboradores a su cargo cuenten con toda la información necesaria para realizar su trabajo de manera eficiente, así como garantizar el control adecuado del acceso a la información, según las funciones y roles de cada colaborador, incluyendo el suyo propio. Esto no impide que los colaboradores informen a sus superiores y asuman la responsabilidad de gestionar cualquier acceso a información o aplicaciones que no sean esenciales para el cumplimiento de sus tareas.

En Alpha tratamos los datos personales de conformidad con los más altos estándares de cumplimiento, bajo un modelo descentralizado que opera mínimo con los principios de legalidad, finalidad, veracidad, transparencia, acceso o circulación restringida, seguridad y confidencialidad, en cuanto sea requerida, dicha información en labor como agente gestor de publicidad.

### 4.1 CLASIFICACIÓN DE INFORMACIÓN:

**Pública:** Fuentes externas de dominio público; que han sido divulgadas al público por parte de colaboradores autorizados, cumpliendo con normas y procedimientos definidos para este fin.

**Circulación interna:** La información es de circulación interna cuando está disponible para todos los colaboradores, sin restricciones de acceso al interior de la entidad.

**Confidencial:** La información es confidencial cuando está disponible solamente para un grupo limitado de colaboradores que la requieren para realizar sus funciones. Esta puede provenir de terceros o ser generada por cualquiera de nuestras marcas. La confidencialidad puede derivar de las normas, bajo un acuerdo mutuo.

## 4.2 MEDIDAS ADICIONALES FRENTE A LA INFORMACIÓN CONFIDENCIAL

Nuestros colaboradores deben salvaguardar la información confidencial, cumpliendo los controles que corresponden a su clasificación y utilizarla únicamente para fines autorizados, si su función lo requiere y si tienen atribuciones para hacerlo.

Antes de compartir información confidencial de forma oral o escrita, independientemente del medio (teléfono, herramientas de mensajería instantánea (chats), correo electrónico, mensajes de texto, etc.), deben considerar si el receptor tiene las funciones y atribuciones requeridas para su uso.

La información confidencial incluye información en cualquier formato o medio, proveniente del colaborador, clientes, proveedores, socios y cualquier persona o entidad relacionada.

Tipos de información confidencial:

- **Legal y Comercial:** Información protegida por derechos de autor, patentes, contratos y estrategias de negocio.
- **Técnica y Operativa:** Procesos, modelos, invenciones, métodos y secretos de fabricación.
- **Financiera y Contable:** Facturación, cobros, inventarios, auditoría y logística.
- **Relaciones de Negocio:** Listas de clientes, inversionistas, proveedores y relaciones contractuales.
- **Marketing y Estrategia:** Pronósticos de negocio, planes de mercadeo y estrategias publicitarias.
- **Datos Digitales y Materiales Físicos:** Información archivada en sistemas informáticos, documentos escritos, imágenes y multimedia.

El colaborador no debe publicar, copiar o transmitir divulgar, revelar y/o usar para fines personales y/o para beneficiar a terceras personas naturales o jurídicas, ni usar la Información Confidencial en perjuicio de nadie.

Está prohibida la divulgación de información de la empresa por cualquier medio, ya sea verbal, electrónico, escrito o a través de terceros. Asimismo, no se podrá compartir datos operativos, comerciales, administrativos o estratégicos con personas ajenas a la empresa. Además, mientras se forme parte de la agencia, no estará permitido realizar negocios que compitan directamente con ella.

## **4.3 MANEJO RESPONSABLE DE INFORMACIÓN CONFIDENCIAL**

- Toda información confidencial proporcionada dentro de la agencia debe ser manejada con estricta reserva y solo utilizada para los fines profesionales estipulados.
- La información solo podrá compartirse con personas autorizadas, incluyendo clientes, proveedores, asesores, subcontratistas, empresas subsidiarias y otras entidades relacionadas.
- Se prohíbe el uso de información confidencial para fines personales o cualquier otro uso fuera de los propósitos establecidos en la empresa.
- Cualquier intercambio de información debe realizarse por medios seguros, como electrónico, telefónico, escrito, cablegráfico, fax, reproducción de voz o de manera presencial, garantizando su confidencialidad.

La agencia rechaza cualquier acto que afecte la integridad y reputación de personas o empresas, incluyendo la difamación, desacreditación, divulgación de información falsa y la generación de pánico o propagación de rumores. Asimismo, está prohibido el uso indebido de tecnologías y recursos digitales para manipular información, distribuir contenido engañoso, afectar la seguridad informática o dañar la imagen de terceros. Es fundamental actuar con ética y respeto, protegiendo en todo momento la reputación de clientes, colaboradores y socios comerciales.

Los colaboradores tienen la obligación de no discutir, compartir o exponer información confidencial de la empresa en zonas públicas o lugares no seguros. Esto incluye conversaciones en espacios abiertos, transporte público, reuniones fuera del entorno laboral y el uso de dispositivos electrónicos en sitios donde terceros puedan acceder a la información. La protección de los datos de la agencia, clientes y socios es una responsabilidad fundamental de cada colaborador.

La agencia tiene plena facultad para disponer de toda la información y material confidencial. Los colaboradores no tienen derecho ni privilegio alguno sobre la información perteneciente exclusivamente a la empresa o a sus clientes, aun cuando hayan tenido acceso a ella o se les haya asignado en el ejercicio de sus funciones.

## **4.4 PROPIEDAD INTELECTUAL**

Todo el material creado en cualquier estado, medio o formato, incluyendo fotos, videos, audios, tomas, diseños y bocetos, es propiedad de la agencia o, en su caso, de sus clientes, proveedores, socios o aliados comerciales.

Cualquier innovación, creación, mejora, adaptación o modificación desarrollada por el colaborador, ya sea de forma individual, en equipo o en conjunto con la agencia, será considerada propiedad de la empresa.

El colaborador renuncia expresamente a cualquier derecho de propiedad intelectual o industrial sobre los materiales producidos y transfiere estos derechos a la agencia. Toda mejora o modificación realizada se considerará parte de la información confidencial de la agencia y estará protegida bajo los mismos términos.

Los dispositivos y herramientas proporcionadas por la agencia, como computadoras, cámaras, software, equipos de edición y otros recursos tecnológicos, son propiedad de la empresa y deben ser utilizados exclusivamente para fines laborales. El colaborador tiene la responsabilidad de darles un uso adecuado, protegerlos y devolverlos en buen estado en caso de finalizar su relación laboral. Cualquier uso indebido, daño intencional o pérdida podrá derivar en sanciones conforme a las políticas internas.

## 4.5 INFORMACIÓN PRIVILEGIADA

En publicidad, la información privilegiada incluye estrategias, lanzamientos y negociaciones que, si se divulgan, pueden afectar la competencia. Su uso indebido para beneficio propio o de terceros puede constituir un delito. Por ello, además de lo estipulado en este Código, su manejo estará sujeto a la legislación aplicable.

**El siguiente listado ilustra situaciones en las que nuestros colaboradores podrían llegar a tener información privilegiada:**

- **Gestión Financiera:** Participación en la preparación de presupuestos, reportes financieros y otros insumos económicos clave para la empresa.
- **Desarrollo de Estrategias para Clientes:** Creación de campañas publicitarias, productos o servicios para marcas que operan en mercados altamente competitivos.
- **Negociaciones y Alianzas Estratégicas:** Discusión y planificación de oportunidades de negocio de alto impacto para clientes o supervisión de proyectos estratégicos en curso.
- **Gestión de Proyectos Claves:** Participación o acceso a información sobre campañas de gran relevancia para la agencia y sus clientes.
- **Toma de Decisiones Administrativas:** Involucramiento en decisiones críticas que afectan la operación y dirección de la agencia.
- **Inversiones y Adquisiciones:** Participación en decisiones sobre compra, venta o inversión en activos estratégicos para la empresa.
- **Gestión de Crisis y Reputación:** Actuación en situaciones de crisis, como la respuesta ante un ciberataque, manejo de crisis de imagen o protección de la confidencialidad de clientes.



## 5. NUESTRO ACTUAR FRENTE A LOS CONFLICTOS DE INTERÉS

*“El éxito se mide por la capacidad de mantener la ética y la transparencia en cada acción, especialmente cuando se enfrentan conflictos de interés.”*

### 5.1 CONFLICTOS DE INTERÉS PERSONALES

Los conflictos de interés tienen carácter personal, cuando nuestros colaboradores tienen un interés propio en un asunto, ya sea de forma directa o indirecta, y éste, de alguna forma, se puede contraponer al interés propio de la agencia o el de sus clientes, que, en el ámbito laboral y profesional, debe prevalecer frente al personal.

Existen diversas situaciones que pueden derivar en un conflicto de interés. Si bien no es posible listar todas, a continuación se presentan algunos casos representativos que deben considerarse como potenciales conflictos y ser gestionados con responsabilidad.

- Participar en la contratación de nuevos colaboradores o proveedores si algún familiar, amigo cercano o persona con la que se tiene una relación personal o económica está involucrada como candidato o como parte del proveedor.
- Estar en una posición en la que se supervise o se sea supervisado directamente por una persona con la que se tiene una relación personal o cercana (como familiares o parejas).
- Formar parte de negociaciones o decisiones de negocios donde del otro lado esté alguien con quien se tiene una relación personal o económica.
- Presentar informes o rendir cuentas ante entidades externas si la persona que recibe o revisa esa información tiene una relación personal o cercana con quien la entrega.

Los colaboradores no deben participar en actividades externas que compitan con los servicios de la agencia, ya sea de forma directa o a través de terceros. Esto incluye desarrollar proyectos similares, trabajar como empleados, asesores o administradores en empresas del mismo sector, o ser accionistas relevantes en negocios competidores.

Las operaciones con clientes, proveedores y socios deben realizarse bajo condiciones justas y transparentes, asegurando que los precios y servicios sean competitivos y alineados con los estándares del mercado. En caso de negociaciones especiales, se debe garantizar que los acuerdos sean objetivos y no perjudiquen la integridad financiera de la agencia o sus clientes. Los colaboradores que gestionen cuentas o proyectos no deben utilizar información privilegiada para beneficio propio ni favorecer intereses personales sobre los del cliente o la agencia. Asimismo, cualquier relación comercial debe ser manejada con imparcialidad, evitando conflictos de interés que puedan comprometer la confianza y reputación de la empresa.

Si un colaborador enfrenta una situación en la que no pueda cumplir con los lineamientos éticos establecidos, deberá informarlo a su líder inmediato para evaluar si la acción debe detenerse o si es necesario escalar la situación al área correspondiente. Además, para garantizar la transparencia con los clientes, la agencia tomará medidas como:

- Informar de manera verificable cualquier posible conflicto de interés que pueda afectar sus decisiones.
- Realizar una divulgación continua en casos donde el conflicto pueda extenderse en el tiempo, asegurando que los clientes tengan información clara para tomar decisiones adecuadas.

La agencia puede ofrecer aportes y beneficios a sus colaboradores para mejorar su bienestar y desarrollo profesional. No obstante, estos beneficios deben otorgarse de manera transparente, equitativa y sin generar conflictos de interés. En ningún caso podrán utilizarse como medio para influenciar decisiones, favorecer a ciertos empleados de manera indebida o comprometer la objetividad en las relaciones laborales.

## **6. NUESTRO APOORTE A LA LUCHA CONTRA EL FRAUDE, LA CORRUPCIÓN, EL LAVADO DE ACTIVOS**

*"Promovemos la integridad en cada acción, contribuyendo a un entorno libre de fraude, corrupción y actividades ilícitas."*

---

### **6.1 APROPIACIÓN INDEBIDA DE ACTIVOS**

Tenemos cero tolerancia con los actos de fraude y de corrupción. Adicionalmente, en virtud de los acuerdos que celebramos con nuestros proveedores y aliados estratégicos, requerimos que adopten el mismo estándar.

Hemos establecido directrices y lineamientos que deben seguir nuestros colaboradores y terceros a quienes contractualmente se les hagamos exigibles, con el fin de prevenir, detectar y responder de manera oportuna a cualquier acto de fraude o corrupción, en línea con la normativa aplicable a las campañas de la agencia y a los más altos estándares anticorrupción y antifraude.

La prohibición alcanza cualquier forma de fraude y corrupción sancionada por las leyes que nos resultan aplicables y específicamente las conductas que se describen a continuación.

La apropiación indebida de activos puede manifestarse de diversas formas, incluyendo:

- Ocultamiento o uso no autorizado de dinero, valores o bienes.
- Desviación o uso indebido de información reservada.
- Malversación o destino inadecuado de recursos.
- Gastos no autorizados en beneficio propio o de terceros.
- Destrucción o alteración de información clave de la agencia o sus clientes.
- Copia no autorizada de software u otros activos protegidos por propiedad intelectual.
- Acceso o divulgación no autorizada de archivos electrónicos.

Toda acción que implique el uso indebido de los activos de la agencia o de sus clientes está estrictamente prohibida y sujeta a sanciones.

### **6.2 CORRUPCIÓN Y FRAUDE**

La agencia rechaza cualquier forma de corrupción, tanto pública como privada. Está prohibido ofrecer, prometer o entregar dinero, bienes o beneficios para obtener ventajas indebidas, así como solicitar o aceptar estos con la intención de influenciar decisiones en beneficio propio o de terceros.

El fraude implica el uso del engaño para obtener beneficios ilegales, ya sea mediante la manipulación de reportes financieros o no financieros, la distorsión de información sobre desempeño propio o de terceros, o cualquier maniobra engañosa para aumentar ventas o alcanzar metas comerciales. Toda acción fraudulenta o corrupta está estrictamente prohibida y será sancionada conforme a la ley y a las normas internas de la agencia.

## **6.3 CUMPLIMIENTO DE DEBERES FISCALES Y TRIBUTARIOS.**

La agencia reafirma su compromiso con el cumplimiento de las normativas fiscales y tributarias vigentes en. Los colaboradores deberán actuar conforme a las políticas establecidas, asegurando:

- El cumplimiento de las obligaciones tributarias según la legislación donde se opere, velando por el respeto a las leyes y regulaciones aplicables.
- El pago adecuado de impuestos, tasas y contribuciones en el país, considerando el uso de mecanismos legales disponibles para garantizar el cumplimiento fiscal.
- La transparencia en la divulgación de los recursos destinados al pago de tributos, reflejados en los informes anuales.

Asimismo, queda prohibido:

- Realizar operaciones con el propósito de evasión fiscal o el uso indebido de jurisdicciones no cooperantes o de baja imposición, según los estándares internacionales.
- Participar en estructuras fiscales artificiales sin justificación económica real o que carezcan de sustancia comercial.
- Incumplir con la presentación y pago oportuno de las declaraciones tributarias.

Además, todas las operaciones realizadas entre entidades vinculadas deberán ajustarse al Principio de Plena Competencia, siendo debidamente documentadas y reportadas a la administración tributaria correspondiente.

## **6.4 NUESTRA POSICIÓN ANTE EL LAVADO DE DINERO**

En nuestra organización rechazamos cualquier forma de lavado de dinero y nos comprometemos a cumplir con las leyes y regulaciones aplicables en esta materia. Está estrictamente prohibido participar, directa o indirectamente, en actividades que involucren el uso de fondos de origen ilícito, o en operaciones sospechosas que puedan estar relacionadas con el lavado de activos. Todos estos procedimientos quedan registrados en nuestro manual de prevención del lavado de dinero.

## 7. CANAL DE DENUNCIAS ÉTICAS Y PROTECCIÓN AL DENUNCIANTE

En nuestra organización, valoramos profundamente la integridad y el compromiso con un actuar ético. Por ello, hemos habilitado un canal específico para que cualquier persona pueda reportar conductas que vulneren nuestro Código de Ética, la ley o los principios fundamentales de nuestra cultura organizacional.

Ponemos a disposición de todos nuestros colaboradores, clientes y aliados un canal de denuncias éticas, que garantiza confidencialidad y permite el reporte de forma segura y anónima si así se desea. Las vías disponibles para presentar una denuncia incluyen:

- Correo electrónico confidencial: [cumplimiento@somosalphastudio.com](mailto:cumplimiento@somosalphastudio.com)
- Línea ética telefónica: 2224-4000
- Empleado: <https://somosalphastudio.bizneohr.com> - Denuncias

Quienes denuncien de buena fe cualquier conducta indebida estarán protegidos contra todo tipo de represalia, hostigamiento o consecuencias negativas. Esta protección se extiende tanto durante el proceso de investigación como después de su resolución. La organización se compromete a sancionar cualquier acto que intente intimidar o perjudicar al denunciante.

### 7.1 PROCEDIMIENTO DE ATENCIÓN.

- Recepción de la denuncia: Una vez recibido el reporte, el canal será gestionado por el Comité de Ética o un equipo designado, con estricta reserva.
- Evaluación preliminar: Se revisará la información presentada para validar si procede una investigación formal.
- Investigación: En caso de proceder, se llevará a cabo una investigación objetiva, imparcial y diligente.
- Resolución y medidas correctivas: Con base en los hallazgos, se tomarán las medidas correspondientes, resguardando la confidencialidad de todas las partes involucradas.
- Seguimiento y cierre: Se dará seguimiento para asegurar que no existan represalias y que se cumplan las acciones definidas.

Invitamos a todos los miembros de la organización a hacer uso responsable de este canal, contribuyendo así a un entorno íntegro, justo y transparente.

# CONCLUSIÓN

---

Nuestro Código de Ética no es solo un documento: es una guía viva que refleja los principios, valores y compromisos que asumimos como organización y como individuos. Actuar con integridad, transparencia y responsabilidad no es opcional; es el fundamento de la confianza que construimos con nuestros clientes, colegas, proveedores y la sociedad en general. Cada uno de nosotros es responsable de conocer, respetar y promover estos principios en el día a día, tomando decisiones alineadas con lo que es correcto, incluso cuando nadie está mirando.

Ante cualquier duda ética, el silencio no es una opción. Tenemos canales establecidos para consultar, reportar o denunciar de forma segura y confidencial, y contamos con una cultura que protege y respalda a quienes actúan con rectitud.

Cumplir con este Código es parte esencial de lo que significa formar parte de esta organización. Juntos, construimos una empresa con propósito, coherente y comprometida con un impacto positivo y sostenible.

