

MODELO DE INTEGRIDAD

Agencia Focus SpA — RUT 77.441.491-6

Versión: Agosto 2025 · **Vigencia:** inmediata · **Aprobación:** Directorio de Agencia Focus SpA.

ÍNDICE

1. Presentación del Modelo de Integridad
2. Modelo de Prevención de Delitos (Ley 20.393)
3. Código de Ética y de Conducta
4. Protocolo Ley 21.643 (Ley Karin): prevención, investigación y sanción de violencia, acoso laboral y acoso sexual
5. Política de Cumplimiento Normativo
6. Política de Regalos e Invitaciones
7. Procedimiento de Gestión de Denuncias (Canal de Integridad)
8. Política de Donaciones, Auspicios y Patrocinios
9. Reglamento Especial para Proveedores y Contratistas
10. Disposiciones Finales (vigencia, difusión y actualización)

1) Presentación del Modelo de Integridad

El **Modelo de Integridad de Agencia Focus SpA** (en adelante, "**Focus**" o la "**Compañía**") es el marco corporativo que organiza nuestros estándares éticos, controles y protocolos para prevenir, detectar y responder a irregularidades, fraudes, conflictos de interés y delitos aplicables a personas jurídicas en Chile.

Este Modelo integra políticas y procedimientos alineados con: **Ley 20.393** (responsabilidad penal de la persona jurídica), **Ley 21.643 (Ley Karin)**, **Ley 19.496** (protección de los derechos del consumidor para relaciones B2C que gestionemos por cuenta de clientes), **Ley 19.628** (protección de datos personales, en proceso de modernización) y **Ley 21.459** (delitos informáticos), entre otras. Su aplicación es obligatoria para directorio, gerencias, personal

dependiente, **freelancers**, contratistas, proveedores y cualquier tercero que actúe a nombre de Focus.

Ámbitos cubiertos:

- Prevención de delitos corporativos (cohecho, lavado de activos, administración desleal, apropiación indebida, corrupción entre particulares, receptación, financiamiento del terrorismo, etc.).
- Ética y conducta profesional en marketing y publicidad digital.
- Prevención de la violencia, acoso laboral y acoso sexual (Ley 21.643).
- Cumplimiento normativo y libre competencia en compras públicas (p.ej., **Ley 19.886**) y en relaciones comerciales privadas.
- Reglas de regalos, hospitalidades e invitaciones.
- Canal de denuncias con garantías de **anonimato, confidencialidad y no represalias**.
- Due diligence y exigencias de integridad para **proveedores** (medios, plataformas, agencias asociadas, creadores de contenido, influenciadores, bufetes, auditores, etc.).

La estructura y componentes del modelo siguen el estándar de buenas prácticas contenido en el documento base que se tomó como referencia, adaptado a nuestro giro y riesgos propios.

2) Modelo de Prevención de Delitos (MPD)

2.1 Objetivo y alcance

Implementar un **sistema eficaz** para prevenir la comisión de los delitos contemplados en **Ley 20.393** y sus incorporaciones posteriores, además de otras conductas impropias relevantes para el giro. El MPD aplica a **todo el personal**, cualquiera sea su régimen (plazo fijo, indefinido, honorarios), y a **proveedores/terceros** cuando actúen en representación de Focus.

2.2 Rol del Encargado/a de Prevención de Delitos (EPD)

El Directorio designará un/a **EPD** por periodos de hasta 3 años (renovable), con **autonomía funcional**, acceso directo al Directorio/gerencia y **recursos** (presupuesto, herramientas y personal) suficientes para: diseñar, implementar, actualizar y supervisar el MPD; liderar **matriz de riesgos**; coordinar **capacitaciones**; gestionar **auditorías**; recepcionar y gestionar denuncias; e **informar semestralmente** al Directorio.

Esta gobernanza replica las mejores prácticas del documento base (designación, autonomía, reportabilidad, presupuesto).

2.3 Riesgos del giro (mapa específico de marketing digital)

1. **Cohecho y corrupción entre particulares:** interacción con funcionarios en compras públicas (Mercado Público) y con ejecutivos de medios/plataformas para obtener tratos preferentes.
2. **Lavado de activos / receptación:** pagos de **ad spend** o **fees** con origen dudoso; financiamiento de campañas con fondos ilícitos; entrega/recepción de activos sin trazabilidad.
3. **Administración desleal / apropiación indebida:** mal uso de **presupuestos de medios** administrados para clientes; desvíos, "float" no autorizado, uso de cuentas publicitarias para fines distintos a los mandatados.
4. **Libre competencia:** acuerdos de precios entre agencias, reparto de clientes/mercados, intercambios de información sensible con competidores.
5. **Delitos informáticos y datos personales:** acceso indebido a cuentas de **Meta/Google/TikTok/X**, fuga de audiencias o **first-party data** de clientes, captación ilegítima de leads.
6. **Fraude publicitario:** manipulación de reportes/KPIs; tráfico inválido; **influencers** con métricas infladas; facturación de medios inexistentes.
7. **Conflictos de interés:** vínculos no declarados con proveedores, **influencers** o medios; regalos/hospitalidades que afecten la objetividad.

2.4 Controles clave

- **Segmentación de funciones:** quien **aprueba el plan de medios** no puede **pagar** ni **conciliar**; quien **compra** no **aprueba**.
- **Flujo de compras y pagos:** tres cotizaciones cuando aplique; orden de compra; contrato/mandato; recepción conforme; factura y pago bancario nominativo.
- **Custodia de fondos de clientes:** cuentas separadas o **subcuentas** con registro contable identificable; conciliación mensual firmada por cliente.
- **Accesos y ciberseguridad:** MFA en plataformas; baja inmediata de accesos por término de relación; **logs** de cambios críticos.
- **Due diligence** de proveedores e **influencers:** identidad, titularidad bancaria, antecedentes reputacionales, cumplimiento tributario y cláusulas anticorrupción/antifraude.
- **Regalos e invitaciones:** registro y topes (ver sección 6).
- **Capacitación anual obligatoria** (MPD, libre competencia, anticorrupción, datos personales y Ley Karin).
- **Matriz de riesgos:** metodología ISO 31000; revisión anual o por cambios relevantes; planes de acción y trazabilidad de controles.
- **Auditorías internas/externas:** chequeos periódicos del diseño y la eficacia de controles del MPD, con planes de remediación.
- **Canal de Denuncias** operativo, con SLA, protocolos y resguardo de evidencia (ver sección 7).

2.5 Respuesta y disciplina

- **Investigación interna** (EPD y equipo/externo) con debida diligencia; medidas precautorias; acta final y **sanciones** laborales/contractuales proporcionales.
- **Acciones judiciales** cuando corresponda; **comunicación** de hallazgos y mejora de debilidades.
- **Registro** de casos, sanciones y lecciones aprendidas para el **ciclo de mejora continua** del MPD.

La lógica de prevención-detección-respuesta y su monitoreo permanente replica el estándar documentado en el material base.

3) Código de Ética y de Conducta

3.1 Propósito y alcance

Orientar la conducta de todo el personal, directivos, **freelancers** y proveedores vinculados a Focus, dentro y fuera de la empresa, en cualquier interacción con **clientes, organismos públicos, medios y plataformas**.

3.2 Valores y principios (enfoque de marketing responsable)

- **Integridad y transparencia:** decisiones trazables; informes fieles a la realidad; rechazo a atajos antiéticos.
- **Excelencia y datos:** creatividad con rigor analítico; resultados verificables.
- **Respeto y no discriminación:** entorno seguro y diverso; tolerancia cero a maltrato o violencia.
- **Confidencialidad:** protección estricta de secretos, **briefs, dashboards**, audiencias y contratos.
- **Cumplimiento y libre competencia:** competir por mérito; prohibidos acuerdos o intercambios de información sensible entre competidores.
- **Sostenibilidad y reputación:** rechazo a contenidos ilícitos (odio, violencia, discriminación), fraude publicitario y desinformación.

3.3 Reglas específicas de conducta

- **Relación con clientes:** información clara, veraz y oportuna; **reportes con metodologías y fuentes;** administración diligente del **ad spend;** no inflar métricas ni "maquillar" resultados.
- **Relación con medios/plataformas:** prohibido solicitar/aceptar **ventajas indebidas;** interacción limitada a espacios formales y transparentes.

- **Datos personales:** tratar solo los datos necesarios, con base de licitud y seguridad; acuerdos de **encargo de tratamiento** cuando corresponda.
- **Conflictos de interés:** revelar y **abstenerse** de la decisión; el Directorio resuelve mitigaciones.
- **Libre competencia:** prohibidos carteles, reparto de clientes/mercados, precios predatorios, cláusulas exclusivas indebidas.
- **Medioambiente y comunidad:** minimizar impactos; contenido responsable; respeto por normativas locales en activaciones.

Infracciones: desde amonestación verbal/escrita, suspensión, **término de relación laboral/contractual**, hasta acciones civiles y penales.

La sección y su enfoque fueron rediseñados para marketing digital, manteniendo la función y severidad de medidas del documento de referencia.

4) Protocolo Ley 21.643 (Ley Karin)

Objetivo: prevenir, investigar y sancionar **violencia, acoso laboral y acoso sexual**, garantizando un entorno de trabajo **seguro y digno**, con enfoque de género y **cero tolerancia**. Aplica a interacciones entre trabajadores, **clientes, prestadores de servicios e influenciadores** con quienes el equipo se vincule por trabajo.

Principios: confidencialidad, celeridad, imparcialidad, no revictimización, respeto al debido proceso, **no represalias** y enfoque preventivo.

Se incorpora el marco mínimo y deberes del empleador conforme a la Ley 21.643, tal como estructura el protocolo del texto de referencia.

4.1 Conductas cubiertas (síntesis)

- **Maltrato laboral:** conductas abusivas evidentes que afecten dignidad o clima laboral.
- **Acoso laboral:** hostigamiento que menoscabe, humille o perjudique situación u oportunidades laborales.

- **Acoso sexual:** requerimientos de connotación sexual **no consentidos** que afecten trabajo u oportunidades.

4.2 Canal de atención y procedimiento

- **Ingreso** por Canal de Denuncias (ver sección 7) o directamente a RR.HH./EPD.
- **Medidas inmediatas** de resguardo (si procede).
- **Investigación** por equipo idóneo (interno/externo), con entrevistas, análisis de evidencia y acta.
- **Decisión y sanciones** proporcionales; **comunicación** a las partes; seguimiento y medidas preventivas.

5) Política de Cumplimiento Normativo

Objetivo: asegurar que todas las operaciones de Focus se ajusten a la legislación vigente y a las políticas internas. Alcance: legal corporativo, laboral, tributario, **propiedad intelectual, protección al consumidor** (cuando gestionemos front B2C para clientes), **protección de datos, ciberseguridad, libre competencia, publicidad y compras públicas.**

Ejes:

1. **Inventario normativo** por área (actualización semestral).
2. **Contratos tipo:** mandato de compra de medios, acuerdos de confidencialidad, DPA/encargo de tratamiento, cláusulas anticorrupción y de libre competencia.
3. **Capacitación anual** por rol (ventas, medios, creativos, TI, finanzas).
4. **Monitoreo/auditoría y plan de remediación.**
5. **Reporte** periódico del EPD al Directorio.

6) Política de Regalos e Invitaciones

Regla general: queda **prohibido** ofrecer, prometer, solicitar o aceptar **regalos, atenciones, descuentos, viajes, invitaciones o beneficios** que puedan alterar la independencia de juicio o crear apariencia de impropiedad. Con **funcionarios públicos**, rigen estándares **aún más estrictos: cero obsequios** salvo material institucional de **bajo valor** y meramente protocolar, con autorización previa del EPD.

Excepciones acotadas (requieren registro):

- **Cortesías de bajo valor** y proporcionales al contexto (p. ej., *merch* o coffee break), que **no** sean dinero ni equivalentes (gift cards, cupones).
- **Eventos del rubro** abiertos (ferias, seminarios) en que la inscripción sea estándar para el mercado.

Topes y aprobaciones:

- Hasta **0,25 UTM: aceptable** con **registro** (valor de referencia por persona/ocasión).
- **>0,25 y ≤1 UTM:** requiere **aprobación previa** del EPD.
- **>1 UTM: prohibido.**
- Siempre **prohibidos:** efectivo, tarjetas de regalo, préstamos, regalos a familiares, beneficios "pay-to-play", hospitalidades vinculadas a decisiones de negocio.

Registro de regalos: el área de Cumplimiento mantiene un **libro** con fecha, oferente/receptor, descripción, monto estimado, motivo y autorización.

Política inspirada en la sección homóloga del documento base, adaptada con topes, definiciones y casuística propia del rubro.

7) Procedimiento de Gestión de Denuncias (Canal de Integridad)

Canales habilitados (24/7):

- **Correo:** integridad@agenciafocus.cl (operativo por Cumplimiento/EPD).
- **Formulario web anónimo:** www.agenciafocus.cl/contacto.
- **Presencial:** sobre cerrado a EPD/RR.HH.

Garantías: confidencialidad, **opción anónima**, no represalias, tratamiento diligente y registro seguro.

Flujo estándar y plazos guía:

1. **Acuse** en 3 días hábiles (si hay identificación).
2. **Admisibilidad** (≤ 5 días hábiles).
3. **Investigación** (15-30 días hábiles, prorrogable con fundamento).
4. **Cierre:** resolución fundada, medidas y comunicación a las partes.
5. **Seguimiento:** verificación de cumplimiento de medidas y cierre en registro.

Trazabilidad: custodia de evidencias, matriz de hallazgos por riesgo, métricas trimestrales (tiempos, categorías, reincidencias).

El uso de correo y página web como canales de denuncia replica el estándar operativo documentado en el material de referencia.

8) Política de Donaciones, Auspicios y Patrocinios

Principios: transparencia, trazabilidad, **no** utilizar estas figuras para encubrir pagos indebidos o influir en decisiones de negocio, **prohibición de aportes políticos** y alineamiento con valores de Focus (educación digital, innovación, diversidad e inclusión).

Requisitos:

- **Solicitud formal** con objetivo, beneficiario, monto/beneficio en especie y justificación.

- **Due diligence** del beneficiario (existencia, objeto lícito, reputación, beneficiario final).
- **Contrato/carta** con cláusulas de integridad, rendición y uso de marca.
- **Registro y publicidad** interna anual de aportes aprobados.

9) Reglamento Especial para Proveedores y Contratistas

Adhesión obligatoria al Modelo de Integridad y **Código de Conducta**. Incorporación de **cláusulas anticorrupción, cumplimiento de datos personales** (cuando traten datos por cuenta de Focus o de un cliente), **propiedad intelectual, confidencialidad y libre competencia**.

Obligaciones mínimas del proveedor/influencer:

- Identidad y titularidad bancaria verificables; situación tributaria al día; **no** subcontratar sin autorización.
- Cumplir **briefs** y políticas de contenido (no odio, violencia, discriminación, ilegalidad).
- Informar **conflictos de interés**; declarar y registrar **regalos/hospitalidades**.
- Permitir auditorías razonables; mantener registros por 5 años.
- **Causales de término:** incumplimientos graves (anticorrupción/datos/libre competencia), falsedad documental, fraude, cohecho, violencias protegidas por Ley 21.643.

10) Disposiciones Finales

- **Difusión:** publicación en la intranet/sitio y entrega en inducciones, con **capacitaciones anuales obligatorias**.
- **Contratos y anexo:** el Modelo se incorpora por referencia a contratos de trabajo y de prestación de servicios.

- **Actualización:** revisión **anual** o ante cambios legales/materiales del negocio; reporte semestral del EPD al Directorio.

NOTAS LEGALES (síntesis de armonización con el documento base)

- Se mantuvo la **arquitectura** del modelo (índice, bloques de políticas, MPD y enfoque Karin) y se reescribió el contenido para el **giro de marketing digital**, reforzando riesgos de **ad spend, plataformas, influencers, datos personales y fraude publicitario**.
- El **Protocolo Ley 21.643** se incorporó con principios y procedimiento compatibles con el estándar descrito en el texto fuente.
- La **Política de Regalos** se adaptó con **topes claros**, prohibiciones y registro, sobre la base de la sección equivalente del documento de referencia.

PORTADA DE LA COMPAÑÍA

Razón Social: Agencia Focus SpA

RUT: 77.441.491-6

Giro: Servicios de marketing y publicidad digital

Domicilio: Cerro el Plomo 5931, Las Condes

Representante(s) Legal(es): Jaime Manuel Valenzuela Piña

Correo oficial de cumplimiento: integridad@agenciafocus.cl



CVE: D7575250

Puede validar este documento en <https://validador.firmaya.cl>

www.bpo-advisors.net