

PACTO DE INTEGRIDAD Y CUMPLIMIENTO
AGENCIA FOCUS SpA

RUT 77.987.582-2

Cerro el Plomo 5931, Las Condes, Región Metropolitana, Chile
Correo oficial de integridad y cumplimiento: legal@agenciafocus.cl
Sitio web: www.agenciafocus.cl

Versión: 1.0

Fecha de emisión: 11 de febrero de 2026

Aprobación: Representante Legal / Gerente General

ÍNDICE

1. Presentación del Modelo de Integridad	3
2. Modelo de Prevención de Delitos	6
3. Código de Ética y de Conducta	11
4. Protocolo Ley 21.643 (Ley Karin)	14
5. Política de Cumplimiento	17
6. Política de regalos e invitaciones	18
7. Procedimiento de Gestión de Denuncias	19
8. Política de donaciones, auspicios y patrocinios	20
9. Reglamento especial para proveedores	21

1. PRESENTACIÓN DEL MODELO DE INTEGRIDAD AGENCIA FOCUS SpA

1.1. Propósito

El presente Modelo de Integridad y Cumplimiento (en adelante, el “Modelo”) constituye el marco corporativo de Agencia Focus SpA (en adelante “Agencia Focus”, la “Agencia” o la “Compañía”) para prevenir, detectar, investigar y responder ante conductas ilícitas, irregulares o contrarias a los estándares éticos aplicables a su actividad.

Este Modelo busca asegurar que las operaciones de la Agencia —especialmente aquellas vinculadas a la prestación de servicios de marketing y publicidad, gestión de campañas, compra de medios, servicios creativos, analítica, asesorías estratégicas, administración de presupuestos de clientes y relaciones con proveedores— se ejecuten con integridad, transparencia y cumplimiento normativo, resguardando la reputación corporativa, la confianza de clientes y contrapartes, y el respeto de los derechos de las personas.

1.2. Alcance y obligatoriedad

El Modelo es de cumplimiento obligatorio para:

- a) Representante legal, administradores, apoderados, directivos y ejecutivos principales de la Agencia.
- b) Todos los trabajadores y colaboradores, cualquiera sea su modalidad contractual (indefinido, plazo fijo, honorarios, práctica, subcontratación o servicios transitorios).
- c) Proveedores, contratistas, consultores, freelancers, productoras, medios, plataformas, influencers, partners tecnológicos y cualquier tercero que actúe en representación de la Agencia o que preste servicios vinculados a su cadena de valor, en la medida aplicable a la relación contractual.

1.3. Componentes del Modelo

El Modelo se compone por los siguientes instrumentos internos, los cuales se integran entre sí:

- 1. Modelo de Prevención de Delitos (MPD), alineado con la Ley N° 20.393 y sus modificaciones posteriores.
- 2. Código de Ética y de Conducta, que define valores, principios y reglas prácticas.
- 3. Protocolo Ley 21.643 (Ley Karin), para prevención, investigación y sanción del acoso laboral, acoso sexual y violencia en el trabajo.
- 4. Política de Cumplimiento, que fija directrices de cumplimiento normativo y control interno.
- 5. Política de regalos e invitaciones, para prevenir soborno, corrupción y conflictos de interés.
- 6. Procedimiento de Gestión de Denuncias, que asegura canales confidenciales, no represalias y debido proceso.

7. Política de donaciones, auspicios y patrocinios, para transparencia, trazabilidad y control de riesgos.
8. Reglamento especial para proveedores, con estándares mínimos exigibles y diligencia debida.

1.4. Marco normativo y fundamento de integridad en Chile

El Modelo considera, entre otras, las siguientes normas y cuerpos regulatorios (en lo pertinente y sin perjuicio de otras disposiciones aplicables):

- a) Ley N° 20.393, sobre responsabilidad penal de las personas jurídicas, y sus modificaciones posteriores, que exigen implementar modelos de prevención adecuados a la organización, su giro y riesgos.
- b) Ley N° 19.886, de Bases sobre Contratos Administrativos de Suministro y Prestación de Servicios, y su reglamentación, relevante para procesos de contratación con organismos públicos.
- c) Ley N° 18.575, Orgánica Constitucional de Bases Generales de la Administración del Estado, en particular reglas de probidad, inhabilidades y conflictos de interés en contratación pública.
- d) Decreto Ley N° 211, de 1973, sobre defensa de la libre competencia, y normativa complementaria.
- e) Dictámenes y criterios de la Contraloría General de la República en materia de integridad para proveedores del Estado, incluyendo el Dictamen E370752/2023 de 20 de julio de 2023 (obligatoriedad de programas de integridad para proveedores, según corresponda).
- f) Código Penal y normativa especial aplicable a delitos económicos, corrupción, lavado de activos y financiamiento del terrorismo.
- g) Código del Trabajo y normativa laboral vigente, incluyendo la Ley N° 21.643 (Ley Karin) y normas complementarias.
- h) Ley N° 19.628 (protección de la vida privada y datos personales), según aplique a datos de clientes, leads y colaboradores.
- i) Ley N° 17.336 (propiedad intelectual) y normativa sobre marcas y activos intangibles, aplicable a piezas creativas, contenidos, licencias y uso de material de terceros.
- j) Ley N° 19.496 (protección de derechos de consumidores) cuando corresponda a campañas y comunicaciones comerciales.
- k) Ley N° 20.169 (competencia desleal), en lo relativo a prácticas de marketing y publicidad.
- l) Ley N° 21.459 (delitos informáticos) y estándares de seguridad razonables, cuando aplique a manejo de accesos, sistemas, credenciales y activos digitales.

1.5. Declaración de compromiso y “tolerancia cero”

Agencia Focus declara tolerancia cero frente a:

- a) Soborno, cohecho, pagos de facilitación o cualquier forma de corrupción.
- b) Lavado de activos, financiamiento del terrorismo y operaciones destinadas a ocultar origen ilícito de fondos.

- c) Fraude, apropiación indebida, administración desleal, uso de información confidencial para beneficio personal o de terceros.
- d) Colusión, intercambio de información competitivamente sensible y cualquier conducta contraria a la libre competencia.
- e) Acoso laboral, acoso sexual, violencia en el trabajo y toda forma de discriminación.
- f) Represalias contra denunciantes de buena fe.

1.6. Gobernanza del Modelo

Para asegurar efectividad, la Agencia establece una estructura mínima de gobernanza:

- a) Alta Dirección / Administración: recae en el Representante Legal y/o quienes ejerzan funciones de administración y supervisión, con deber de dirección, control y supervisión del Modelo.
- b) Encargado(a) de Prevención de Delitos y Cumplimiento (EPD/Oficial de Cumplimiento): designado por la Administración, con facultades y recursos adecuados para implementar, monitorear y reportar el funcionamiento del MPD y del sistema de cumplimiento.
- c) Comité de Integridad y Cumplimiento (Comité): instancia de revisión y apoyo, integrada, al menos, por:
 - Representante Legal o quien este designe.
 - Responsable de Personas (o quien haga sus veces).
 - Responsable de Administración y Finanzas (o quien haga sus veces).
 - Encargado(a) de Prevención de Delitos y Cumplimiento.El Comité podrá invitar asesores externos cuando sea necesario (abogado, auditor, especialista laboral, etc.).

1.7. Principios rectores del Modelo

El Modelo se rige por los siguientes principios:

- Legalidad: actuar conforme a la ley y regulaciones aplicables.
- Integridad: conducta honesta, coherente y verificable.
- Transparencia y trazabilidad: registros fidedignos, respaldos y autorizaciones.
- Prevención y mejora continua: identificar riesgos, controlar, auditar y corregir.
- Proporcionalidad: controles acordes al riesgo.
- Confidencialidad: resguardo de denunciantes, investigados y antecedentes.
- No represalias: protección a denunciantes de buena fe.
- Debido proceso: investigación imparcial, bilateralidad, fundamentación y plazos.

2. MODELO DE PREVENCIÓN DE DELITOS (MPD)

2.1. Objetivo

El Modelo de Prevención de Delitos (en adelante, “MPD”) se establece para cumplir con los deberes de dirección y supervisión exigidos por la Ley N° 20.393 y normativa complementaria, considerando el tamaño, actividad y estructura de Agencia Focus.

Su finalidad es:

- a) Prevenir la comisión de delitos por parte de personas naturales que actúen directa o indirectamente en interés o beneficio de la Agencia.
- b) Detectar oportunamente alertas, incumplimientos y conductas sospechosas.
- c) Responder con medidas disciplinarias, correctivas y legales cuando corresponda.
- d) Mantener evidencia y trazabilidad del cumplimiento.

2.2. Alcance y sujetos obligados

El MPD aplica a:

- Socios, administradores, apoderados, ejecutivos principales y representantes.
- Trabajadores y colaboradores internos.
- Contratistas y terceros relevantes, cuando actúen en nombre de la Agencia o gestionen procesos críticos.

2.3. Delitos y riesgos relevantes (catálogo legal y enfoque práctico)

La Ley N° 20.393 contempla un catálogo de delitos que puede generar responsabilidad penal de la persona jurídica, el que ha sido ampliado por reformas posteriores. Sin perjuicio del detalle normativo vigente a cada fecha, Agencia Focus considera como riesgos prioritarios, por la naturaleza de su giro, los siguientes grupos:

a) Corrupción y soborno (sector público y privado):

- Cohecho a funcionario público nacional o extranjero.
- Soborno/corrupción entre particulares en procesos de contratación privada.
- Pagos de facilitación (prohibidos).
- Tráfico de influencias u otras formas de obtención indebida de ventajas.

b) Delitos patrimoniales y de administración:

- Apropiación indebida, fraude, administración desleal u otras conductas que afecten activos de la Agencia o de clientes (por ejemplo, manejo de presupuestos de campañas, reembolsos, viáticos, compras de medios, licencias, servicios subcontratados).

c) Lavado de activos y financiamiento del terrorismo:

- Recepción, conversión u ocultamiento de fondos de origen ilícito a través de contratos, facturación, triangulación con terceros o pagos inusuales.

d) Libre competencia:

- Intercambio de información sensible con competidores, acuerdos colusorios, manipulación de licitaciones, reparto de mercado o clientes, u otras prácticas anticompetitivas.

e) Otros riesgos penales y regulatorios vinculados al giro:

- Delitos informáticos (accesos indebidos, uso de credenciales, manejo de activos digitales).
- Infracciones graves asociadas a privacidad, uso de bases de datos, comunicaciones comerciales y propiedad intelectual, cuando pudieran derivar en responsabilidad penal o severo riesgo reputacional.

2.4. Terminología mínima

Para efectos del MPD:

- “EPD” o “Oficial de Cumplimiento”: Encargado(a) de Prevención de Delitos y Cumplimiento.
- “Colaboradores”: trabajadores, ejecutivos, directivos y cualquier persona que preste servicios a la Agencia.
- “Terceros”: proveedores, contratistas, consultores, freelancers, productoras, medios, partners y clientes, según corresponda.
- “Beneficio”: dinero, regalos, viajes, descuentos, comisiones, empleo, favores, servicios, invitaciones o cualquier ventaja.

2.5. Estructura del MPD y elementos mínimos

El MPD se implementa considerando, al menos, los siguientes componentes:

- a) Designación del EPD.
- b) Definición de medios, recursos y facultades del EPD.
- c) Identificación y evaluación de riesgos (Matriz de Riesgos).
- d) Controles preventivos, detectivos y correctivos asociados a los riesgos.
- e) Canales de denuncia y procedimiento de investigación.
- f) Capacitación, comunicación y cultura de cumplimiento.
- g) Monitoreo, auditoría, revisión y mejora continua.

2.6. Encargado(a) de Prevención de Delitos y Cumplimiento (EPD)

2.6.1. Designación y dependencia

- a) La Administración designará un EPD por un período de hasta 3 años, renovable.
- b) El EPD tendrá acceso directo al Representante Legal/Administración para reportar hallazgos, riesgos, denuncias y planes de acción.

c) Su remoción o sustitución deberá constar por escrito y asegurar continuidad operativa del MPD.

2.6.2. Facultades mínimas

El EPD contará, al menos, con:

- Acceso oportuno a información necesaria para su labor (contratos, pagos, órdenes de compra, respaldos de facturación, documentación de clientes/proveedores, etc.).
- Capacidad de solicitar evidencia de controles a los responsables de procesos.
- Facultad de proponer mejoras a políticas y procedimientos.
- Facultad de coordinar investigaciones internas y recomendar medidas.
- Autonomía funcional en materias de cumplimiento, sin interferencias indebidas.

2.6.3. Obligaciones principales

El EPD deberá:

- a) Mantener actualizada la Matriz de Riesgos y los controles.
- b) Diseñar y ejecutar un plan anual de capacitación en integridad.
- c) Administrar o supervisar el Canal de Denuncias y su procedimiento.
- d) Reportar semestralmente a la Administración/Comité el estado del MPD.
- e) Llevar registros de capacitaciones, denuncias, investigaciones, sanciones y mejoras.
- f) Revisar contratos tipo para incorporar cláusulas de integridad y cumplimiento.

2.7. Metodología de diagnóstico y gestión de riesgos (Matriz de Riesgos)

2.7.1. Identificación

El EPD levantará escenarios de riesgo mediante entrevistas, revisión documental y análisis de procesos críticos, considerando, a lo menos:

- Participación en licitaciones públicas/privadas.
- Contratación y gestión de proveedores (medios, productoras, influencers, freelancers, tecnología).
- Gestión de presupuestos y pagos asociados a campañas.
- Facturación, reembolsos, notas de crédito y gastos.
- Manejo de accesos y credenciales a cuentas publicitarias y activos digitales.
- Uso de bases de datos, leads, CRM, píxeles, CAPI y plataformas.
- Relaciones con autoridades y organismos públicos (cuando aplique).

2.7.2. Evaluación (probabilidad e impacto)

Se aplicará una metodología basada en gestión de riesgos (por ejemplo, criterios ISO 31000), ponderando probabilidad e impacto para determinar el riesgo inherente y el riesgo residual, luego de controles.

2.7.3. Controles y evidencia

Para cada control se definirá:

- Descripción del control.
- Responsable.
- Frecuencia.
- Evidencia exigida (comprobantes, aprobaciones, bitácoras, reportes, correos, registros de plataforma).

2.7.4. Revisión

La Matriz de Riesgos se revisará al menos una vez al año, y adicionalmente cuando existan cambios relevantes: nuevos servicios, nuevos clientes de alto riesgo, expansión a contratación pública, cambios de estructura, incidentes, denuncias o reformas legales.

2.8. Controles del MPD (prevención, detección y respuesta)

2.8.1. Controles preventivos

a) Capacitación e inducción obligatoria:

- Inducción a nuevos ingresos sobre MPD, Código de Ética, Canal de Denuncias y Ley Karin.
- Capacitación anual para todos los colaboradores; y capacitación reforzada para roles expuestos (ventas, licitaciones, finanzas, compras, cuentas clave, dirección).

b) Conflictos de interés:

- Declaración de conflictos al ingreso y anual.
- Deber de abstención en decisiones cuando exista conflicto.

c) Política de regalos e invitaciones:

- Prohibiciones claras y umbrales de aprobación.
- Registro obligatorio de regalos/invitaciones.

d) Gestión de contratación y compras:

- Cotizaciones y criterios objetivos cuando corresponda.
- Contratos escritos o órdenes de compra con alcance, precio, entregables y condiciones.
- Prohibición de pagos sin respaldo suficiente.

e) Control de pagos y facturación:

- Segregación mínima de funciones: quien solicita no debe ser quien aprueba y paga, en lo posible.

- Aprobación previa de gastos relevantes y trazabilidad.
- Prohibición de pagos a cuentas de terceros no relacionados sin justificación documentada.
- Verificación de proveedores (RUT, razón social, cuenta bancaria, prestación real, respaldo tributario).

f) Diligencia debida de terceros (risk-based):

- Revisión razonable según riesgo: identificación, beneficiario final cuando sea posible, reputación, referencias, sanciones conocidas, coherencia comercial.
- Cláusulas de integridad y derecho de término por incumplimiento.

g) Manejo de activos digitales y credenciales:

- Gestión de accesos por roles, principio de mínimo privilegio.
- Registro de altas/bajas de accesos.
- Prohibición de compartir contraseñas sin mecanismos autorizados.
- Medidas razonables de seguridad (2FA, gestores, rotación).

h) Propiedad intelectual y contenidos:

- Verificación de derechos/licencias de material utilizado.
- Prohibición de uso de material de terceros sin autorización.
- Resguardo de repositorios y entregables.

i) Privacidad y datos:

- Uso de datos personales limitado a finalidad, necesidad y base de legitimación aplicable.
- Resguardo de bases de leads y datos de campañas.
- Control sobre transferencias a terceros.

2.8.2. Controles detectivos

a) Auditorías internas de cumplimiento: revisión periódica de controles críticos (pagos, compras, regalos, licitaciones, accesos, denuncias).

b) Monitoreo de transacciones inusuales: pagos fraccionados, proveedores nuevos sin historial, cambios de cuenta bancaria, pagos urgentes sin respaldo, reembolsos no justificados.

c) Canal de Denuncias: operativo, accesible, con confidencialidad y no represalias.

d) Revisión de litigios y reclamos relevantes: informe anual del EPD/Comité.

2.8.3. Respuesta y corrección

a) Investigación interna según Procedimiento de Denuncias, resguardando debido proceso.

b) Medidas de mitigación inmediatas cuando corresponda (suspensión de pagos, cambio de accesos, separación funcional, etc.).

c) Planes de acción correctiva: ajuste de controles, capacitación adicional, cambios de procedimiento.

d) Sanciones internas: conforme Código del Trabajo, RIOHS y contratos.

e) Denuncia a autoridades: cuando existan antecedentes serios de delito o la normativa lo exija.

2.9. Instrumentos contractuales y documentación

Para fortalecer el MPD, la Agencia incorporará cláusulas de integridad en:

- Contratos de trabajo y anexos (obligación de cumplimiento, canal de denuncias, sanciones).
- Contratos con proveedores y terceros (anticorrupción, no soborno, no lavado, auditoría, término).
- Contratos con clientes, cuando sea razonable (uso responsable de datos, confidencialidad, cumplimiento).

2.10. Registro y trazabilidad del MPD

El EPD mantendrá registros confidenciales de:

- Capacitaciones (fecha, contenidos, asistentes).
- Matriz de riesgos y revisiones.
- Denuncias e investigaciones (estado, medidas, resolución).
- Sanciones y medidas correctivas.
- Registro de regalos/invitaciones y conflictos de interés.

3. CÓDIGO DE ÉTICA Y DE CONDUCTA

3.1. Antecedentes de la Compañía

Agencia Focus SpA es una sociedad constituida bajo las leyes de la República de Chile, dedicada a la prestación de servicios profesionales en marketing, publicidad, estrategia digital, creación de contenido, compra y gestión de medios, analítica y consultoría asociada, operando desde su domicilio en Cerro el Plomo 5931, Las Condes, Región Metropolitana.

3.2. Objeto del Código

El presente Código tiene por objeto establecer valores, principios y reglas de conducta que orienten el actuar de toda persona que represente o trabaje para Agencia Focus, asegurando comportamientos compatibles con la integridad, el respeto y el cumplimiento normativo.

3.3. Alcance

Obligatorio para todos los colaboradores, directivos y terceros relevantes, en el ejercicio de funciones internas y en cualquier actuación externa vinculada a la Agencia.

3.4. Misión, visión y valores (referenciales institucionales)

a) Misión

Proveer soluciones integrales de marketing y publicidad con enfoque estratégico, creativo y medible, construyendo valor sostenible para clientes mediante prácticas profesionales, transparentes y alineadas a la normativa vigente.

b) Visión

Ser una agencia referente por su excelencia técnica, ética y capacidad de generar impacto real en el crecimiento de marcas, integrando innovación, datos y creatividad con estándares superiores de cumplimiento.

c) Valores

- Integridad: actuar con verdad, coherencia y responsabilidad.
- Excelencia: estándares altos, mejora continua y entrega de calidad.
- Transparencia: claridad en condiciones, métricas, reportes y decisiones.
- Respeto: trato digno, inclusivo y profesional.
- Confidencialidad: resguardo estricto de información de clientes y activos.
- Responsabilidad: cumplir compromisos y asumir consecuencias de decisiones.

3.5. Reglas de conducta generales

Todo colaborador debe:

- a) Cumplir la ley, políticas internas y contratos.
- b) Evitar y declarar conflictos de interés.
- c) Mantener trato respetuoso y libre de violencia o discriminación.
- d) Proteger información confidencial, datos y credenciales.
- e) Registrar y reportar de forma veraz resultados, entregables y gastos.
- f) Rechazar sobornos, pagos indebidos o ventajas impropias.
- g) Resguardar los activos de la Agencia y de clientes (incluye presupuestos publicitarios).

3.6. Conducta en la relación con clientes

- a) Transparencia comercial: condiciones, alcances, fees, presupuestos, comisiones, plazos, entregables y exclusiones deben constar por escrito.
- b) Reportabilidad y veracidad: no manipular métricas, atribuciones o resultados; reportes deben basarse en fuentes verificables.
- c) Confidencialidad: información, accesos, creatividades, estrategias y datos del cliente son reservados.
- d) Manejo de presupuestos: toda inversión de medios debe ejecutarse conforme a autorización, con respaldo y rendición.
- e) Publicidad responsable: evitar prácticas engañosas, discriminatorias o contrarias a la ley y a políticas de plataforma.

3.7. Conducta en la relación con proveedores y terceros

- a) Selección objetiva: basada en calidad, experiencia, precio, cumplimiento y reputación.
- b) Prohibición de comisiones ocultas: cualquier comisión, rebate o incentivo debe ser declarado y autorizado por la Agencia y, cuando corresponda, informado al cliente.
- c) No regalos indebidos: sujeto a Política de regalos e invitaciones.
- d) Contratación formal: orden de compra/contrato con condiciones, entregables y propiedad intelectual.

3.8. Relación con autoridades y contratación pública (cuando aplique)

- a) Probidad: prohibición absoluta de ofrecer, prometer o entregar beneficios a funcionarios públicos para influir decisiones.
- b) Trazabilidad: toda interacción con organismos públicos debe quedar respaldada por correos y documentos oficiales.
- c) Licitaciones: prohibición de coordinar posturas con competidores, intercambio de información sensible o acuerdos para alterar resultados.

3.9. Conflictos de interés

Se considera conflicto cuando un interés personal (propio o de familiares/relacionados) puede afectar la objetividad en decisiones de la Agencia.
Obligaciones:

- Declarar el conflicto al superior o al EPD.
- Abstenerse de intervenir en la decisión.
- Permitir que la Agencia defina medidas de mitigación.

3.10. Uso de recursos y activos

- a) Los recursos (equipos, cuentas, licencias, fondos, tarjetas, accesos, software) se usan solo para fines laborales autorizados.
- b) Prohibición de uso personal de fondos de la Agencia o fondos administrados de clientes.
- c) Todo gasto debe respaldarse, justificarse y aprobarse conforme a procedimiento interno.

3.11. Protección de información, datos y propiedad intelectual

- a) Prohibición de divulgar información estratégica o confidencial.
- b) Prohibición de uso de bases de datos para fines personales o ajenos a la finalidad autorizada.
- c) Respeto de licencias: tipografías, imágenes, música, stock, software, y contenido de terceros.
- d) Seguridad mínima: 2FA, control de accesos, repositorio corporativo, revocación de accesos al egreso.

3.12. Libre competencia y competencia leal

Está prohibido:

- Intercambiar con competidores información sobre precios, márgenes, clientes, licitaciones o estrategias sensibles.
- Coordinar ofertas o repartos de mercado.
- Difundir información falsa para afectar reputación de competidores.

3.13. Medidas disciplinarias

El incumplimiento del Código podrá dar lugar, según gravedad y conforme a la ley y RIOHS, a:

- Amonestación verbal o escrita.
- Medidas correctivas y capacitación obligatoria.
- Término de relación laboral por causales legales aplicables.
- Acciones civiles y/o penales cuando corresponda.

3.14. Comité de Integridad y Cumplimiento

Funciones:

- Supervisar cumplimiento del Código y del MPD.
- Conocer y orientar investigaciones relevantes.
- Proponer mejoras de políticas.
- Aprobar criterios de capacitación y comunicaciones.

3.15. Canal de Denuncias

La Agencia mantiene un canal confidencial para reportar incumplimientos: legal@agenciafocus.cl, conforme al Procedimiento de Gestión de Denuncias.

4. PROTOCOLO LEY 21.643 (LEY KARIN)

Prevención, investigación y sanción del acoso laboral, acoso sexual y violencia en el trabajo

4.1. Objetivo

Establecer un procedimiento claro, confidencial y expedito para prevenir, recibir, investigar y sancionar conductas constitutivas de acoso laboral, acoso sexual y violencia en el trabajo, resguardando la dignidad de las personas, la no revictimización y el debido proceso.

4.2. Alcance

Aplica a todos los trabajadores y trabajadoras, cualquiera sea su contrato, y también a terceros que interactúen en el entorno de trabajo (clientes, proveedores, freelancers, etc.) cuando la conducta se produzca en contexto laboral o con ocasión del trabajo.

4.3. Principios del procedimiento

- Confidencialidad y reserva.
- Imparcialidad.
- Celeridad y razonabilidad.
- No represalias.
- Perspectiva de género y no discriminación.
- Debido proceso y bilateralidad de la audiencia.
- Proporcionalidad de medidas.

4.4. Definiciones operativas (síntesis)

- a) Maltrato laboral: conductas abusivas que afectan dignidad o integridad, normalmente evidentes, que degradan el ambiente laboral.
- b) Acoso laboral: hostigamiento o agresión, una o más veces, que produce menoscabo, humillación o amenaza/perjuicio laboral.
- c) Acoso sexual: requerimientos o conductas de naturaleza sexual no consentidas que afectan dignidad o perjudican situación laboral.
- d) Violencia en el trabajo: conductas violentas físicas o psicológicas en contexto laboral.

4.5. Conductas prohibidas (ejemplos)

Incluye, entre otras: insultos, humillaciones, amenazas, aislamiento, difusión de rumores, sobrecarga deliberada, asignación de tareas imposibles con fines de hostigamiento, comentarios sexuales no consentidos, exhibición de material sexual, contacto físico no consentido, mensajes con connotación sexual, represalias por rechazo, etc.

4.6. Canales de denuncia

Las denuncias podrán presentarse por escrito o verbalmente a través de:

- a) Correo legal@agenciafocus.cl (canal oficial).
- b) Responsable de Personas o quien haga sus veces (quien debe derivar al canal oficial dentro de 24 horas hábiles).
- c) Inspección del Trabajo, según derecho del denunciante.

4.7. Contenido mínimo de la denuncia

En lo posible, indicar:

- Identificación del denunciante (se aceptarán denuncias con reserva de identidad, según evaluación del caso).
- Identificación del denunciado (si es posible).
- Relato detallado de hechos, fechas, lugares y medios.
- Testigos y evidencia disponible (correos, chats, audios, etc.).

4.8. Inicio, medidas inmediatas y plazos

- a) Recepción: una vez recibida, se registrará con folio interno y fecha.
- b) Inicio de investigación: dentro de 3 días hábiles desde recepción.
- c) Medidas de resguardo: podrán adoptarse medidas precautorias razonables

(separación funcional, ajustes de turnos, cambio temporal de funciones, restricción de contacto, resguardo de accesos, teletrabajo transitorio, etc.), evitando sancionar anticipadamente.

d) Plazo de investigación: el proceso deberá concluir dentro del plazo máximo legal aplicable, resguardando celeridad y debida diligencia.

4.9. Investigación y debido proceso

a) Se documentará por escrito cada actuación relevante.

b) Se escuchará a las partes y se permitirá presentar descargos y pruebas.

c) Se resguardará la confidencialidad de denunciante, denunciado y testigos.

d) Si existen indicios de delito u obligación legal de denunciar, la Agencia podrá remitir antecedentes a la autoridad competente.

4.10. Informe y resolución

a) El investigador(a) designado emitirá un informe con hechos acreditados, conclusiones y recomendaciones.

b) La Agencia definirá medidas y sanciones conforme a la gravedad, normativa laboral y RIOHS.

4.11. Sanciones y medidas correctivas

Podrán incluir:

- Amonestaciones.
- Capacitación obligatoria.
- Reubicaciones o medidas organizacionales.
- Término de contrato por causales legales aplicables, en casos graves acreditados.
- Medidas de reparación organizacional y prevención de reincidencia.

4.12. Prohibición de represalias

Se prohíben represalias contra denunciantes de buena fe, testigos o quienes colaboren. Cualquier represalia será investigada y sancionada.

4.13. Prevención y capacitación

La Agencia realizará, al menos:

- Inducción de protocolo a nuevos ingresos.
- Difusión periódica del canal de denuncia.
- Capacitación anual en buen trato, prevención de acoso y violencia laboral.
- Medidas de evaluación de riesgos psicosociales cuando corresponda.

5. POLÍTICA DE CUMPLIMIENTO

5.1. Objetivo

Establecer directrices generales para promover una cultura de cumplimiento normativo, control interno y conducta ética, alineada al Código de Ética y al MPD.

5.2. Alcance

Obligatoria para todas las personas de la Agencia y, en lo pertinente, para terceros relevantes.

5.3. Principios

- Tolerancia cero frente a ilícitos.
- Autocontrol y responsabilidad en decisiones.
- Transparencia y trazabilidad documental.
- Cooperación con autoridades cuando corresponda.
- Diligencia debida en terceros.
- Respuesta rápida ante irregularidades.

5.4. Sistema de cumplimiento (elementos)

La Agencia implementará y mantendrá:

- a) Políticas internas (ética, regalos, denuncias, donaciones, proveedores).
- b) Matriz de riesgos y controles.
- c) Canales de denuncia y procedimiento de investigación.
- d) Registros contables y respaldos fidedignos.
- e) Capacitación periódica.
- f) Supervisión y auditoría interna/externa según corresponda.

5.5. Roles y responsabilidades

- a) Alta Dirección/Administración: aprobar políticas, asignar recursos y supervisar.
- b) Comité de Integridad: seguimiento, revisión de casos relevantes y mejora.
- c) EPD/Oficial de Cumplimiento: implementación, monitoreo, reportes y asesoría.
- d) Jefaturas: ejecutar controles y promover cultura.
- e) Colaboradores: cumplir, reportar y cooperar.

5.6. Monitoreo y actualización

La política se revisará periódicamente y se actualizará ante cambios relevantes legales u operacionales.

6. POLÍTICA DE REGALOS E INVITACIONES

6.1. Objetivo

Regular la entrega y recepción de regalos, atenciones e invitaciones para prevenir conflictos de interés, soborno y riesgos reputacionales.

6.2. Alcance

Aplica a directivos, trabajadores y terceros que representen a la Agencia.

6.3. Regla general

Se prohíbe ofrecer, prometer, entregar, solicitar o aceptar regalos o invitaciones que busquen influir indebidamente una decisión de negocio o pública.

6.4. Prohibiciones absolutas

- a) Regalos o beneficios a funcionarios públicos, nacionales o extranjeros, vinculados a decisiones o trámites, directa o indirectamente.
- b) Pagos de facilitación.
- c) Regalos en dinero o equivalentes (gift cards, transferencias, criptomonedas u otros equivalentes).
- d) Regalos o invitaciones durante procesos de licitación/selección/negociación en curso.

6.5. Excepciones acotadas (cortesía razonable)

Se permite, de forma excepcional, la recepción de regalos de cortesía de escaso valor y carácter esporádico, siempre que:

- No generen obligación ni expectativa de trato preferente.
- Sean socialmente aceptables y proporcionales.
- Se informen y registren.

Umbral referencial: hasta 3 UF por evento, sujeto a registro y a evaluación del EPD. Todo lo que exceda dicho umbral debe rechazarse o entregarse a la Agencia para disposición institucional (por ejemplo, donación), según determine el Comité.

6.6. Invitaciones

Se aceptarán solo si:

- Tienen fin comercial legítimo y razonable.
- No están asociadas a decisiones sensibles.
- Cuentan con aprobación previa por escrito del Representante Legal o quien este delegue, cuando impliquen viajes, entradas a eventos relevantes, cursos, seminarios o gastos significativos.

6.7. Entrega de regalos e invitaciones por la Agencia

Solo se permitirá cuando:

- Esté alineado con prácticas comerciales lícitas y transparentes.
- Exista presupuesto aprobado y respaldo documental.
- No coincida con licitaciones o decisiones sensibles del receptor.
- No involucre funcionarios públicos.

6.8. Registro y declaración anual

La Agencia mantendrá un registro de regalos/invitaciones recibidas y entregadas. Los colaboradores deberán declarar anualmente los eventos relevantes conforme al formato interno.

7. PROCEDIMIENTO DE GESTIÓN DE DENUNCIAS

7.1. Objetivo

Establecer un mecanismo confidencial, trazable y de buena fe para reportar infracciones al Código de Ética, MPD, Política de Cumplimiento, Ley Karin, leyes aplicables y demás normativa interna.

7.2. Canal oficial

Correo: legal@agenciafocus.cl

El canal admite denuncias internas y externas (clientes, proveedores, terceros).

7.3. Principios

- Confidencialidad.
- No represalias.
- Seriedad y debida diligencia.
- Imparcialidad.
- Debido proceso.

7.4. Recepción y registro

- a) Toda denuncia se registra con folio interno, fecha y categoría.
- b) Si se recibe por otra vía (jefatura, reunión, mensaje), debe remitirse al canal oficial dentro de 24 horas hábiles.

7.5. Admisibilidad

El EPD/Comité evaluará si:

- Existe relato mínimo verificable.
- Hay relación con la Agencia o su entorno.
- Corresponde abrir investigación o derivar (por ejemplo, materias laborales bajo Ley Karin).

7.6. Investigación

- a) Se designará investigador(a) interno o externo según complejidad y conflictos.
- b) Se recopilarán antecedentes, entrevistas, evidencia digital y documental.

- c) Se resguardará la cadena de custodia razonable de evidencias.
- d) Se garantizará que el denunciado sea oído y pueda entregar descargos.

7.7. Medidas inmediatas

Si es necesario, se podrán adoptar medidas preventivas para evitar daños, resguardar activos o proteger personas, sin prejuzgar.

7.8. Cierre y resolución

- a) Se emite informe de hallazgos, conclusiones y recomendaciones.
- b) Se definen medidas disciplinarias/correctivas o archivo fundado.
- c) Cuando existan antecedentes de delito, se evaluará denuncia a autoridades.

7.9. Registro y seguimiento

El EPD mantendrá registro confidencial de: estado, plazos, medidas, sanciones y mejoras de control.

7.10. Denuncias falsas o maliciosas

Denuncias realizadas con dolo o mala fe podrán ser sancionadas conforme a la ley, sin afectar la protección del denunciante de buena fe.

8. POLÍTICA DE DONACIONES, AUSPICIOS Y PATROCINIOS

8.1. Objetivo

Asegurar que toda donación, auspicio o patrocinio de Agencia Focus sea lícito, transparente, trazable y coherente con los valores corporativos, evitando que se utilice como mecanismo de soborno, lavado de activos o influencia indebida.

8.2. Alcance

Aplica a cualquier entrega de recursos (dinero, servicios, descuentos, espacios publicitarios, producción, horas de trabajo u otros beneficios) efectuada por la Agencia a terceros.

8.3. Principios

- Legalidad y transparencia.
- Prohibición de fines políticos en nombre de la Agencia, salvo que la normativa lo permita y exista aprobación expresa y formal de la Administración (por regla general, la Agencia no realiza aportes políticos).
- Diligencia debida del beneficiario.
- Trazabilidad contable y documental.
- Proporcionalidad y ausencia de contraprestación indebida.

8.4. Requisitos mínimos de aprobación

Toda donación/auspicio/patrocinio debe:

- a) Ser solicitada por escrito o formalizada con documento que identifique beneficiario, propósito y alcance.

- b) Contar con verificación mínima del beneficiario (identidad, RUT, cuenta bancaria, existencia real, reputación).
- c) Ser aprobada previamente por el Representante Legal o quien este delegue, con reporte al Comité cuando corresponda.
- d) Contar con respaldo contable y contrato/orden de compra si aplica.
- e) Prohibición de pagos en efectivo y prohibición de pagos a terceros no relacionados.

8.5. Prohibiciones

- Donaciones condicionadas a adjudicaciones, permisos o ventajas.
- Donaciones solicitadas por funcionarios públicos o intermediarios ligados a decisiones públicas.
- Donaciones a entidades o personas con señales razonables de riesgo (fraude, lavado, reputación negativa).

8.6. Registro

Se mantendrá registro anual de beneficiarios, montos, finalidad, aprobaciones y respaldos.

9. REGLAMENTO ESPECIAL PARA PROVEEDORES

9.1. Objetivo

Establecer estándares mínimos de integridad exigibles a proveedores y terceros que presten servicios a Agencia Focus, reduciendo riesgos legales, reputacionales y operacionales.

9.2. Alcance

Aplica a proveedores de: compra de medios, producción audiovisual, diseño, desarrollo web, tecnología, data, call center, community management, influencers, freelancers, consultores, eventos, imprentas y cualquier tercero crítico.

9.3. Exigencias mínimas

Todo proveedor debe comprometerse a:

- a) Cumplir la legislación vigente y actuar con integridad.
- b) No ofrecer ni entregar sobornos, comisiones ocultas o beneficios indebidos.
- c) Mantener registros y facturación fidedigna, y entregar respaldos cuando corresponda.
- d) Respetar confidencialidad, propiedad intelectual y datos personales.
- e) Cumplir estándares laborales mínimos cuando aplique (no discriminación, no acoso, trato digno).
- f) Permitir terminación del contrato por incumplimiento grave de integridad.

9.4. Diligencia debida y evaluación

La Agencia podrá aplicar evaluación proporcional al riesgo del proveedor, incluyendo:

- Verificación de identidad y antecedentes tributarios.
- Revisión de reputación y referencias.
- Validación de cuenta bancaria del proveedor.
- Declaración de no conflicto de interés y no soborno.

9.5. Cláusulas contractuales recomendadas

Los contratos con proveedores incluirán, cuando corresponda:

- Cláusula anticorrupción y antisoborno.
- Cláusula de confidencialidad y propiedad intelectual.
- Cláusula de protección de datos (cuando aplique).
- Derecho de auditoría o revisión de respaldos razonables.
- Causal de término inmediato por incumplimiento grave.

9.6. Gestión de incidentes

Si un proveedor incurre en conductas contrarias a este Reglamento, la Agencia podrá:

- Suspender pagos y servicios.
- Exigir medidas correctivas.
- Terminar contrato.
- Denunciar a autoridades si corresponde.

DECLARACIÓN FINAL

Agencia Focus SpA reafirma que la sostenibilidad del negocio y la confianza con clientes y contrapartes se construyen sobre integridad verificable. Este Modelo obliga a toda la organización y guía la toma de decisiones, con foco en prevenir ilícitos, promover un ambiente laboral respetuoso y asegurar un estándar profesional compatible con la normativa vigente en Chile.

Representante Legal

JAIME MANUEL VALENZUELA PIÑA 19.422.670-5

Agencia Focus SpA

legal@agenciafocus.cl

Versión	Fecha	Descripción	Responsable
1.0	11-02-2026	Emisión inicial del Modelo de Integridad (MI), MPD, Código de Ética, Protocolo Ley 21.643, políticas y procedimientos asociados.	Agencia Focus SpA



CVE: F0890CCD

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

www.bpo-advisors.net