

Código de Ética de
GRUPO MEGAMEDIA

CÓDIGO DE ÉTICA DE ***GRUPO MEGAMEDIA***

I. INTRODUCCIÓN

II. NOCIONES PREVIAS

III. MISIÓN

IV. VISIÓN

V. VALORES

VI. EL CÓDIGO

VII. EL CENTRO DE TRABAJO

VIII. NORMAS ÉTICAS GENERALES

IX. NORMAS ÉTICAS ESPECÍFICAS

X. DIRECCIONES Y COMITÉS

XI. DENUNCIAS

XII. SANCIONES

I. INTRODUCCIÓN

Este Código integra los valores, la misión y la visión de *Grupo Megamedia* con los principios fundamentales de la ética comercial en el marco del respeto a la ley, la promoción del civismo y el fortalecimiento de la moral, con el objeto de proporcionar a los colaboradores de la corporación un instrumento que los ayude a tomar decisiones correctas y cerciorarse de que sus actividades se desarrollen con honradez y eficiencia.

II. NOCIONES PREVIAS

- 1) Los colaboradores son el personal que presta un servicio a *Megamedia*.
- 2) Ética es el conjunto de reglas morales que guían la conducta y las relaciones humanas hacia el bien común.

3) Código es el término que identificará en el texto de este documento al Código de Ética de **Grupo Megamedia**.

4) Grupo es el término que el Código utilizará para referirse a **Grupo Megamedia** y sus empresas.

III. MISIÓN

La misión del Grupo es: “*Generamos valor conectando más clientes con sus clientes, contribuyendo con responsabilidad al desarrollo social*”.

IV. VISIÓN

La visión del Grupo es: “*Duplicando en cinco años la utilidad de operación corporativa, mediante un proceso participativo de mejora interna y expansión constante, ser en 2020 el grupo empresarial referente en el país en la venta de soluciones efectivas de promoción y contacto en el Sureste*”.

V. VALORES

Las actividades del Grupo se deben basar en ocho valores:

1. **Innovación:** Nos cuestionamos constantemente para mejorar productos, procesos y servicios.
2. **Honestidad:** Somos congruentes con lo que decimos y hacemos, con los principios de negocio y con nuestra tradición.
3. **Potenciar talento:** Desarrollamos en la gente habilidades con enfoque de negocio.
4. **Responsabilidad:** Ponemos cuidado y atención en lo que hacemos y decidimos. Cumplimos con lo que nos corresponde. Perseveramos hasta alcanzar los resultados esperados.
5. **Trabajo en equipo:** Tenemos una visión y objetivos compartidos, propuestas integrales, comunicación y acciones comunes.
6. **Satisfacción del cliente:** Generamos confianza en clientes internos y externos, actuales y futuros, con productos y servicios enfocados al mercado.
7. **Espíritu emprendedor:** Detectamos oportunidades y generamos acciones para aprovecharlas. Asumimos con actitud positiva riesgos calculados.
8. **Enfoque a la rentabilidad:** Cuidamos los recursos. Invertimos racionalmente. Maximizamos la rentabilidad y generamos valor.

VI. EL CÓDIGO

1) Su finalidad es que los colaboradores, como representantes que son del Grupo, conozcan las obligaciones y los criterios que deben normar sus relaciones con nuestras empresas, sus clientes, acreedores, proveedores y competidores, así como las autoridades.

2) Se refiere en términos generales a nuestras actividades, pero considera en especial aquellas que pueden plantear mayor riesgo de conflictos éticos.

3) No es un documento exhaustivo e incorporará nuevos temas en la medida que demanden nuestros negocios y su entorno.

4) Las situaciones no previstas serán resueltas por el Comité de Ética, formado por la Dirección General y los titulares de los departamentos de Capital Humano, Auditoría Interna y Servicios Corporativos.

VII. EL CENTRO DE TRABAJO

Los colaboradores son individualmente responsables del cumplimiento de las siguientes normas generales:

1. Respetar los horarios de principio y fin de labores, así como el asignado a las comidas.
2. Portar la credencial de identificación en lugar visible dentro de las instalaciones de trabajo.
3. Portar el uniforme completo y el equipo de seguridad proporcionado para el desempeño de las labores.
4. Abstenerse de utilizar la credencial, el uniforme y/o la papelería membretada del Grupo en beneficio personal o para beneficiar o perjudicar a terceros.
5. Abstenerse de utilizar la credencial, el uniforme y/o la papelería membretada del Grupo en lugares inapropiados que puedan afectar la imagen de la corporación.
6. Proteger y dar uso adecuado a los bienes y valores del Grupo, así como al equipo y otros activos de trabajo que reciban según sean sus funciones y jerarquía.
7. Acatar las disposiciones de seguridad concernientes a la protección del medio ambiente y el uso de las instalaciones y equipo de trabajo.
8. Fuera del horario que les sea asignado, no entrar en las instalaciones del Grupo o permanecer en lugares distintos al área personal de trabajo, a menos que se cuente con permiso del superior correspondiente.

VIII. NORMAS ÉTICAS GENERALES

- 1) El Grupo reconoce y defiende la dignidad de las personas y su vida privada.
- 2) Nadie será discriminado con motivo de género, estado civil, edad, raza, preferencia política, clase social o cualquier otro que sea compatible con los derechos humanos y la dignidad del individuo.
- 3) Los colaboradores están obligados a:

- a) Cumplir las leyes y los ordenamientos gubernamentales que regulen el campo de sus responsabilidades.
 - b) Cumplir las disposiciones, las políticas y los procedimientos del Grupo en general y su empresa en particular.
 - c) Observar una conducta leal, diligente y honesta.
 - d) Evitar el contacto con personas deshonestas que pretendan o puedan perjudicar al Grupo.
 - e) Devolver el importe de los bonos, gratificaciones o reconocimientos que hayan recibido y posteriormente resulten incorrectos.
 - f) Tratar con respeto, cordialidad y justicia al personal que esté a su cargo.
 - g) Dar a clientes y proveedores un trato honesto y justo.
 - h) Realizar las transacciones comerciales con integridad y respeto a las leyes correspondientes.
 - i) Prevenir las situaciones en que los intereses entren o parezcan entrar en conflicto con los del Grupo.
 - j) Abstenerse de utilizar en beneficio personal la información perteneciente al Grupo y mantener en forma confidencial aquella que no sea del dominio público.
- 4) Está prohibido cualquier acto de acoso sexual o que atente contra la dignidad de la persona.
- 5) Está prohibido el consumo de bebidas embriagantes, drogas u otras sustancias tóxicas dentro de las instalaciones del Grupo.
- 5) Está prohibido presentarse a laborar bajo los efectos del consumo de bebidas embriagantes, drogas u otras sustancias tóxicas dentro de las instalaciones del Grupo.
- 7) Los colaboradores que participen en actividades políticas lo harán a título personal y no podrán hacer o promover actos de proselitismo que alteren o afecten las actividades del Grupo.
- 8) Se recomienda a los directores que se abstengan, por razones de seguridad, de la práctica de deportes que pongan en riesgo su integridad física.

IX. NORMAS ÉTICAS ESPECÍFICAS

1. CONFLICTOS DE INTERESES

Está prohibido a los colaboradores:

- a) Tener intereses en negocios que compren, vendan o presten servicios al Grupo.

Tener intereses en negocios que compren, vendan, presten servicios o sean competencia al Grupo, que les genere un beneficio económico o causen un perjuicio económico al Grupo.

- b) Hacer operaciones de compra o de adjudicación de negocios o de servicios con cualquier negocio que sea propiedad de familiares en primero o segundo grado, consanguíneo o político, que no estén apegadas a las políticas de compras.

- c) Prestar servicios remunerados o no a las autoridades o a clientes, operadores comerciales, proveedores, prestadores de servicios, contratistas o competidores del Grupo. Cualquier excepción deberá ser autorizada por Capital Humano.

- d) Que parientes suyos trabajen bajo su jurisdicción.

- e) Realizar un trabajo de vigilancia, supervisión, auditoría o control de cualquier índole en un área de trabajo a cargo de un pariente. Si se presenta esta circunstancia, debe ser puesta de inmediato en conocimiento del superior correspondiente, a fin de que esta inconveniencia sea subsanada con la asignación del mencionado trabajo a otra persona.

- f) Cualquier actividad en la que sus intereses personales interfieran con los del Grupo.

- g) Atender, sin adecuada consulta, las órdenes o solicitudes de superiores, subalternos de trabajo, familiares o amigos que afecten o parezcan afectar los intereses del Grupo. El colaborador que se encuentre en esta circunstancia deberá someterla a consulta inmediata con la dirección de Capital Humano.

2. INFORMACIÓN CONFIDENCIAL

- a) Los colaboradores no deben comentar o divulgar fuera del Grupo las actividades internas de éste ni la información confidencial relativa a sus procesos, métodos, estrategias, planes, proyectos y datos técnicos, de mercado o de cualquier otra índole. Excepcionalmente, cuando en los tratos con un proveedor sea necesario proporcionar información, se hará mediante un compromiso escrito de confidencialidad.

- b) Se considera información confidencial, de manera enunciativa y no limitativa: listas de clientes, términos ofrecidos a un cliente en particular, planes estratégicos o de comercialización, desarrollo de sistemas o productos, contratos, sueldos, listas de precios, datos personales de accionistas y colaboradores internos, procedimientos, proyectos y políticas, así como información financiera y económica que tenga carácter de exclusiva.

- c) Los colaboradores están sujetos además a las normas siguientes:

- c.1. Está prohibido utilizar el nombre del Grupo y sus empresas, su información y sus recursos en beneficio personal o de terceros.

- c.2. Deben cuidar con reserva la información confidencial de su área de trabajo y evitar que sea divulgada indebidamente a terceros, fuera o dentro del Grupo.

c.3. Deben comprometerse a proteger la información proporcionada por un cliente.

c.4. Si participan en actividades relacionadas con la docencia, ya sea como catedráticos, maestros, expositores o alumnos, sólo con autorización escrita de la dirección general podrán referirse a información confidencial del Grupo.

c.5. Si participan en foros o en actividades de agrupaciones de cualquier índole, deben evitar su intervención en temas que puedan generar riesgos o perjuicios para el Grupo.

3. COMPETENCIA

a) El Grupo no participará en ningún acuerdo que pretenda limitar el libre juego de las fuerzas del mercado en que interviene y no utilizará medios impropios para mejorar su posición competitiva.

b) Los colaboradores que tengan contacto con competidores observarán una conducta profesional, que respete los principios y valores contenidos en este Código y cuide tanto su imagen personal como la del Grupo.

c) Para obtener información sobre competidores o terceros, el colaborador sólo podrá hacerlo en fuentes públicas y legítimas.

4. PUBLICIDAD Y MERCADOTECNIA

La publicidad y mercadotecnia del Grupo deben respetar los valores morales y evitar circunstancias que vulneren la dignidad humana o incluyan palabras, gráficas o cualquier otro símbolo que degrade u ofenda a un sexo, una raza, una religión, una clase social o una preferencia política.

5. INFORMACIÓN FINANCIERA-ADMINISTRATIVA

a) El Grupo cuenta con controles administrativos y contables para asegurar que sus reportes financieros sean preparados con exactitud. Toda la información correspondiente es confidencial y sólo se puede entregar a los usuarios autorizados.

b) Está prohibido que un colaborador, por sí mismo o por medio de su personal, altere o sustraiga los movimientos o documentos financieros para ocultar la verdadera naturaleza de una transacción en los libros y registros, ya sea para obtener un beneficio personal o para simular el cumplimiento de metas.

c) Está prohibido que un colaborador modifique o elimine un control (preventivo o detectivo) en los procesos, políticas y sistemas. Cualquier cambio debe ser presentado a su jefe para su aprobación inicial y posteriormente presentado en tiempo y forma a la Gerencia de Auditoría Interna y a la Dirección de Servicios Corporativos (Administración y Finanzas), para su validación y autorización final. El incumplimiento de este punto se considerará una falta grave, la cual será documentada y presentada en el comité de Auditoría y Capital Humano.

6. REGALOS

- a)** Los colaboradores deben abstenerse de aceptar dinero que no provenga de sus percepciones salariales o servicios prestados al Grupo. En caso de que clientes, proveedores, instituciones, concesionarios, contratistas, empresas, entidades o personas con quienes se hagan operaciones les ofrezcan regalos, descuentos en servicios, viajes, comisiones o cualquier otra forma de compensación, ninguno podrá tener un valor mayor de 1 salario mínimo general mensual de la zona correspondiente.
- b)** En el caso de comidas con clientes o proveedores es necesaria la autorización del director correspondiente.
- c)** Si por razones de cortesía conviene aceptar un regalo costoso, se debe entregar al director correspondiente, quien determinará el destino final.

7. EQUIPO ELECTRÓNICO

- a)** Los programas (software) de las computadoras y otros equipos electrónicos sólo se podrán utilizar de acuerdo con los términos del contrato de licencia.
- b)** Las herramientas proporcionadas por el Grupo, tanto programas (software) como equipo de cómputo (hardware), sólo se deben utilizar para fines laborales.
- c)** Está prohibido a los colaboradores destinar el correo electrónico que se les ha asignado a fines impropios como cadenas, imágenes, entretenimientos, etcétera.
- d)** Está prohibida la reproducción y copia de programas (software). Quienes no acaten esta disposición o utilicen copias no autorizadas incurren en violaciones a las leyes civiles y penales que pueden ser motivo de diversas sanciones, inclusive la rescisión de contrato, de acuerdo con los artículos 47, fracciones II y XV, y 134, fracción I, de la Ley Federal del Trabajo.

8. MEDIO AMBIENTE

Los colaboradores deben:

- a)** Evitar que las emisiones de gases, las descargas al drenaje y el manejo y confinamiento de desperdicios sólidos y líquidos causen un impacto ambiental inaceptable.
- b)** Utilizar eficientemente las fuentes de energía y reportar cualquier desperdicio.
- c)** Evaluar en forma anticipada los cambios significativos en sus procesos para prevenir cambios adversos al medio ambiente.

d) Implantar procedimientos efectivos en respuesta a posibles emergencias, para minimizar el impacto de incidentes no predecibles.

9. RELACIONES PERSONALES

Defender y difundir los valores morales en beneficio de la sociedad y la integridad de la familia es un compromiso indispensable para el cumplimiento de la misión del Grupo. En el caso de que cualquier relación personal de un colaborador con otro pueda afectar ese compromiso, la Dirección de Capital Humano determinará las medidas necesarias para salvaguardarlo.

De igual manera, si la relación personal de un colaborador con otro puede afectar la relación de trabajo, la Dirección de Capital Humano determinará asimismo las medidas conducentes.

Las relaciones personales entre colaboradores que afecten o puedan afectar la misión del Grupo o las relaciones de trabajo deben ser notificadas de inmediato a la Dirección de Capital Humano.

Las sanciones a quienes incurran en desacato a estas normas sobre relaciones personales pueden incluir el traslado a otro departamento o la rescisión de contrato.

10. RELACIONES DE TRABAJO

a) La relación con clientes, proveedores, prestadores de servicios y contratistas se debe basar en prácticas eficientes y justas, apegadas a la regulación oficial y la normativa del Grupo.

b) El Grupo preferirá para su padrón de proveedores, prestadores de servicios y contratistas a quienes compartan sus valores éticos y sean conocidos por su integridad y equidad en sus tratos.

c) La contratación de proveedores, prestadores de servicios y contratistas debe sujetarse a procedimientos homogéneos y transparentes que aseguren una elección imparcial basada en criterios de calidad, rentabilidad y servicio acordes con los intereses del Grupo.

d) Los colaboradores que negocien la adquisición de bienes y servicios para el Grupo deben dar y exigir a los proveedores un trato honesto y justo en cada transacción. Deben guiarse por los intereses del Grupo y abstenerse de recibir un incentivo personal.

e) Los colaboradores se abstendrán de comentar con un proveedor u otras personas ajenas al Grupo cualquier problema o debilidad de otro proveedor.

f) En el caso de que algún proveedor del Grupo patrocine cursos o congresos, la dirección general, en coordinación con la dirección correspondiente, designará al colaborador que asistirá en representación del Grupo.

11. RELACIONES CON EL GOBIERNO

- a) Los colaboradores se cuidarán de hacer lo necesario para cumplir las condiciones para mantener vigentes los contratos que les sean otorgados.
- b) El Grupo respetará las disposiciones legales que le sean aplicables y los acuerdos internacionales sobre la materia. En especial reitera su voluntad de acatar las normas referentes a la salud y a la seguridad en las operaciones.
- c) El respeto, la honestidad, la justicia y la cooperación mutua deben regir las relaciones de los colaboradores con las autoridades y sus representantes.
- d) Es un deber actuar conforme a derecho y colaborar con las autoridades, para facilitarles el ejercicio de sus facultades.

12. TÉRMINO DE LA RELACIÓN LABORAL

- a) Los colaboradores que terminen su relación laboral se comprometen a no divulgar ni comentar la información, los documentos, las políticas, la organización, los sistemas de administración, los de comercio y la tecnología usada o desarrollada durante el período de su colaboración, así como todos aquellos hechos que con motivo de su trabajo fueron de su conocimiento. Por tanto, se obliga a no utilizar directa o indirectamente ninguno de esos conocimientos en su beneficio personal o de terceras personas.
- b) En el momento de su baja, los colaboradores deberán devolver el material, las herramientas y la información que les fueron proporcionados durante la vigencia de su contrato.
- c) La violación de cualquiera de las disposiciones mencionadas en este número será sancionada conforme a la Ley de la Propiedad Industrial, la Ley Federal del Derecho de Autor, la Ley Federal del Trabajo y el Código Penal, independientemente de cualquier otra acción civil o penal que se pueda ejercitar.
- d) Se considera que es un acto contrario a la ética que un ex colaborador pretenda contratar a cualquier colaborador que esté prestando servicio alguno en el Grupo.

13. USO DE CUENTAS PERSONALES EN LAS REDES SOCIALES

Normas para regular el comportamiento de los colaboradores del **Grupo** en las redes sociales:

- I.** Los colaboradores que tengan cuentas en las redes sociales podrán emitir su opinión con la misma libertad que se consagra en este Código.
- II.** En relación con los mensajes que se emiten, se deben tener en cuenta las siguientes recomendaciones:
 - 1) Pensar antes de escribir: “Si no lo gritarías ante tus compañeros, no se lo dirías a tu jefe o no lo publicarías en nuestros medios de comunicación, no lo pongas en tu red social”.

- 2) No difundir rumores o versiones sin confirmar. Como medios de información, nuestro papel es informar, no contribuir a la desinformación, por lo tanto tampoco se debe retuitear a quienes los difundan.
- 3) No se difunden noticias exclusivas en las redes sociales, a menos que ya se haya acordado con la Redacción cómo se promoverán estos materiales. La prioridad deben ser las publicaciones de *Megamedia*, impresas y electrónicas.
- 4) Cuando difundimos información del día es porque ya se ha publicado en los sitios del Grupo. Nunca antes. Incluso tratándose de alertas informativas, la prioridad la tienen las cuentas institucionales de *Megamedia*. Recordar que al difundir datos alertamos a la competencia.
- 5) Evitar enlaces o retuits a otros sitios de noticias, a menos de que se trate de contenidos que por su naturaleza no serán publicados en los sitios de *Megamedia*. Dar prioridad a las publicaciones y productos del Grupo.
- 6) Las cuentas en redes sociales reflejan la reputación y credibilidad de la empresa. Cada comentario o link debe ser considerado como información pública. Todos los comentarios expuestos deben ser acordes con los lineamientos marcados en este Código.
- 7) En todo momento se debe mostrar discreción, seriedad y respeto a colegas, socios y seguidores. Si hay diferencias o inconformidades en tu equipo, las redes sociales no son el canal para expresarlas.
- 8) Cuando se afronten críticas, no tomarlas de manera personal, no agredir a quien las manifiesta y nunca hablar en nombre del Grupo.
- 9) Se recomienda usar nombre completo e identificarse como colaborador de *Megamedia* en la descripción de su perfil.
- 10) Cuando usamos datos tomados de las redes sociales, debemos citar a la fuente emisora, de preferencia con nombre y datos de usuario. Antes, es nuestra obligación comprobar la veracidad de la información e incluso, en la medida de lo posible, contactar al emisor o pedir autorización. En el caso de las imágenes que circulan en redes sociales, debe quedar claro de qué cuenta la tomamos y por qué decidimos publicarla.

X. FUNCIONES DE DIRECCIONES Y COMITÉS

1. Consejo de Administración

- a) Aprobar el contenido del Código y sus modificaciones posteriores.

2. Comité de Auditoría y Dirección de Capital Humano.

a) Supervisar el cumplimiento del Código y presentar al Consejo de Administración las propuestas para modificarlo.

b) Recibir y dar seguimiento a las quejas sobre la aplicación del Código.

3. Directivos

a) Conocer el Código y cumplirlo.

b) Asegurarse de que sus colaboradores conozcan y cumplan el Código.

c) Apoyar a sus colaboradores inmediatos en la aclaración de dudas sobre este Código, así como comentar o resolver cualquier dificultad que se presente en la interpretación o aplicación.

d) Firmar la carta de su compromiso de cumplir el Código.

4. Dirección de Capital Humano

a) Difundir el Código entre el personal, con la entrega de una copia a cada colaborador, quien deberá firmar el acuse de recibo.

b) Incluir este Código en los programa de inducción.

c) Revisar el Código cada dos años o cuando surja una ocasión que lo amerite.

d) Poner a disposición de los colaboradores los conductos necesarios para comunicar cualquier desviación o incumplimiento del Código.

XI. DENUNCIAS

1) Es indispensable para el éxito de la misión del Grupo que cada colaborador cumpla el Código y se haga responsable de su cumplimiento. Los colaboradores que adviertan un presunto comportamiento inmoral del Grupo u otras violaciones del Código o las normas éticas en general tienen el deber de informar sobre tal situación a sus supervisores o, si así lo prefieren, a la Dirección de Capital Humano o a un representante del departamento de Auditoría.

2) Los colaboradores que detecten o adviertan un presunto caso de robo, fraude o abuso de confianza de acuerdo con las políticas establecidas tienen la obligación de reportarlo inmediatamente a la gerencia administrativa correspondiente y a la gerencia de Auditoría Interna, para la debida coordinación de las áreas en las acciones a realizar (actas, pagarés, revisión e integración del caso, afianzadora, finiquito e intervención jurídica). El incumplimiento de este punto se considerará una falta grave, la cual será documentada y presentada al Comité de Auditoría y Capital Humano.

3) El Grupo garantiza a sus colaboradores que pueden presentar sin temor a represalias sus preocupaciones de carácter ético y sus denuncias sobre incumplimientos del Código. Cualquier queja sobre una violación a esta garantía debe ser puesta en conocimiento inmediato de la dirección general.

4) Cualquier comunicación de los colaboradores relativa al Código recibirá un trato ágil y profesional.

XII. SANCIONES

1) Como condición para conservar su empleo, un colaborador debe cumplir las normas de este Código y las disposiciones relacionadas con políticas y procedimientos. En caso de duda, los colaboradores deben pedir la aclaración pertinente a los supervisores, a la dirección de Capital Humano o a Auditoría.

2) Las violaciones a las normas éticas del Grupo serán motivo de medidas disciplinarias que pueden incluir el despido y la acción legal.

Mérida, Yucatán, enero de 2018.

Suscriben este documento los integrantes del Consejo de Administración de **Grupo Megamedia**: