

Código de Ética de Marketing

Plan

SALE

TEAM

5-6
10

fin

Contenido

I. Objetivo de Marketing.....	2
II. Alcance del Código de Ética de Marketing	2
III. Principios Éticos del Marketing	2
IV. Canales de Denuncia	3
V. Procedimiento de Gestión de Denuncia.....	4

Código de Ética de Marketing

I. Objetivo de Marketing

El objetivo de Marketing de Aurys Consulting es apoyar de manera eficiente e integradora el cumplimiento de los objetivos estratégicos de la compañía, fortaleciendo y potenciando el posicionamiento de la marca.

Con este objetivo como foco, se definen acciones de comunicación en canales propios de la marca como su sitio web y redes sociales, así como también por medio de vocerías o desarrollo de contenido para otros medios.

Dado el impacto que la comunicación puede generar en la marca, y clientes, surge la necesidad de establecer parámetros para promover una buena conducta ética y responsable en nuestras acciones de marketing y publicidad.

II. Alcance del Código de Ética de Marketing

El Código de Ética de Marketing es nuestra guía para asegurar prácticas de marketing responsables y éticas en todas nuestras actividades promocionales y comerciales (presenciales o digitales), alineado con el Código de Ética de Aurys. Este código se aplica a todos los empleados y colaboradores involucrados en la comunicación de Aurys Consulting, garantizando un comportamiento íntegro y respetuoso en todas nuestras acciones de marketing.

III. Principios Éticos del Marketing

El Código de Ética de Marketing se estructura en torno a los mismos principios fundamentales que el Código de Ética de Aurys, aplicado al alcance del área:

1. Probidad

Nuestro marketing debe ser honesto y fiel a la verdad. Evitaremos cualquier forma de engaño, publicidad falsa o exagerada, y nos aseguraremos de que todas las afirmaciones sobre nuestros productos y servicios sean precisas y verificables. En caso de testimonios del equipo y/o clientes que avalen nuestros servicios serán comunicados a partir de experiencias directas o de la organización a quién represente. Los testimonios deben ser comprobables y vigentes, con expreso consentimiento de quién lo emite o se hace referencia.

Toda acción de marketing debe ser transparente y claramente identificada como publicidad respetando la privacidad y los derechos de quién recibe la información con mecanismos claros para dejar de recibir el contenido en caso de desearlo.

No participaremos en prácticas de marketing desleales, incluyendo difamación de la competencia o manipulación de la información.

2. Respeto

Respetamos a nuestros clientes, competidores y al público en general. Nos comprometemos a proteger la privacidad de los datos personales de nuestros

Código de Ética de Marketing

clientes y a usar dicha información de manera ética y legal. Nos abstendremos de prácticas de marketing invasivas y respetaremos las preferencias de nuestros clientes en cuanto a la comunicación.

No participaremos en prácticas de marketing desleales, incluyendo prácticas denigratorias o difamación de la competencia, manipulación o plagio de la información que pueda llevar a una interpretación inexacta de la realidad o cualquier acción que de manera intencionada o negligente distorsione la competencia justo o engañe a los consumidores.

3. Equidad

Promoveremos la igualdad y la no discriminación en todas nuestras actividades de marketing. Nos aseguraremos de que nuestras campañas y mensajes publicitarios no contengan contenido discriminatorio o que pueda ofender a cualquier grupo por su raza, color, origen, género, orientación sexual, religión, estado civil o discapacidad.

4. Responsabilidad

Nos hacemos responsables de nuestras acciones de marketing y sus consecuencias. Nos comprometemos a actuar de manera social y ambientalmente responsable, promoviendo productos y servicios que sean seguros y beneficiosos para nuestros clientes y para la sociedad en general. Cumpliremos con todas las leyes y regulaciones aplicables al marketing y la publicidad, así como a los lineamientos establecidos por nuestras políticas internas de Privacidad de Datos y Confidencialidad.

IV. Canales de Denuncia

Para mantener la integridad de nuestras prácticas de marketing, hemos establecido canales de denuncia que permiten a los empleados, colaboradores y audiencia externa a la empresa a reportar cualquier incumplimiento de este código.

Las denuncias de personas externas a la empresa pueden realizarse de manera confidencial a través de los siguientes medios:

1. Formulario de contacto: Por medio de la sección “Hablemos” en nuestro sitio web, se pueden presentar denuncias de forma anónima o con identificación para un posterior contacto y seguimiento.
2. Canal directo: Contactar por medio de mail contacto@aurysconsulting.com dirigido al equipo de Marketing.

Las denuncias del equipo interno pueden realizarse de manera confidencial a través de los siguientes medios:

1. Canal directo: Contactar al Jefe de Marketing para presentar denuncias sobre prácticas no éticas.
2. Canal anónimo: Utilizar el sistema de denuncia anónimo disponible en la intranet de la empresa.

V. Procedimiento de Gestión de Denuncia

Las denuncias serán gestionadas a través del procedimiento estructurado en el Código de Ética que incluye la identificación de la situación, evaluación, asesoría y respuesta.

Las denuncias serán tratadas de manera confidencial y se tomarán medidas correctivas cuando sea necesario para garantizar el cumplimiento del Código de Ética de Marketing.



AURYS
CONSULTING