

Código de Ética

1. Amaral: Breve reseña histórica y una proyección a su futuro.

Desde el año 2002, el compromiso de Amaral es brindar soluciones de negocios viables y agregar valor a sus clientes en las áreas de su competencia profesional. Basados en nuestra experiencia y en la aplicación de mejores prácticas empresariales hemos logrado una clara diferenciación en el mercado local a través de un equipo de más de 200 profesionales y técnicos altamente capacitados y orientados al cliente, ofreciendo servicios de contabilidad, impuestos, auditoría, consultoría, tercerización de procesos de negocios, asesoramiento legal, capacitación y asesoría financiera, que son elegidos por las principales empresas del país. La firma cuenta con oficinas en Asunción, Ciudad del Este y Montevideo, y una parte importante de sus clientes son compañías multinacionales que operan en la región.

2. Definiciones.

A modo de precisar el alcance de este Código de Ética, es imperioso hacer referencia a los siguientes términos definidos:

- **Colaboradores:** Toda persona que esté relacionada a Amaral mediante una relación jurídica de naturaleza laboral de forma directa o indirecta. Esto incluye a personas en relación de dependencia y a personas tercerizadas que prestan servicios internos para nuestra firma (e.g. personal de informática, guardias de seguridad, etc).
- **Superiores Directos:** En Amaral, todos los Colaboradores tienen una categoría establecida dentro de un esquema de organización funcional. Considerando esto, cabe mencionar que el trabajo en sí se estructura de forma grupal, por lo que, dentro de la Firma, todos los Colaboradores responden a personas quienes tienen autoridad sobre estos. En tal sentido, al hacerse referencia a Superiores Directos, se hace alusión a la persona que tiene un rango jerárquico superior, ya sea por antigüedad, por designio de la Firma o por designio del gerente, director o encargado del área; sobre un Colaborador determinado. Esta relación puede darse de manera permanente o por proyectos. A modo de ejemplificarlo, en un grupo de tres colaboradores, quien ostente el cargo de *Senior* será el Superior Directo de los *Trainees* o asistentes de mayor jerarquía,
- **Clientes:** Son todas las personas jurídicas o físicas con las que Amaral se relaciona comercialmente, a las cuales se compromete con las cuales se pacta la provisión de servicios profesionales, a cambio de una prestación dineraria.
- **Proveedores:** Son todas las personas jurídicas o físicas con las que se relaciona Amaral a los efectos de proveerle a la Firma bienes o servicios personales o de otro tipo. Al contrario de lo que ocurre con los Clientes, Amaral paga a los Proveedores por bienes o servicios determinados.
- **Entes Reguladores:** Son las instituciones públicas designadas como autoridad de aplicación por algún cuerpo normativo. A modo de ejemplo se puede nombrar a la Dirección Nacional de Ingresos Tributarios, el Banco Central del Paraguay, el Instituto de Previsión Social, el Ministerio del Trabajo, Empleo y Seguridad Social, etc.
- **Stakeholders:** son los individuos u organizaciones involucradas con una empresa y que de alguna manera reciben el impacto de sus decisiones.

3. Misión, visión y valores.

Si bien las empresas tienen un fin de lucro, se erigen y desarrollan sobre la convicción de que lo que ofrecen trasciende a ese objetivo económico.

Ninguna Firma ha logrado el éxito solo por la prosecución de objetivos económicos. La trascendencia, ya sea de la marca o de las personas que ejecutan las ideas, se da a través de la elección de determinados objetivos que van más allá de lo meramente pecuniario.

En este entendimiento, Amaral -la cual podrá ser referida indistintamente en adelante como "la Firma" o "Amaral" tiene muy clara su intención de mantenerse como una Consultora líder en el mercado paraguayo y tiene el objetivo de seguir creciendo más allá de las fronteras de la República.

Para lograr esto, se ha trazado una misión, una visión y los valores congruentes con este objetivo, los cuales son expuestos a continuación.

3.1. Misión.

“Agregar valor a las empresas, aportando nuestra experiencia local e internacional en la implementación de soluciones de negocios viables, efectivas y cada vez más sostenibles, a través del conocimiento y la innovación, tomando como base el compromiso con los grupos de interés.”

3.2. Visión.

“Ser reconocidos como la mejor Firma de contadores públicos, consultores y asesores integrales en Paraguay prestando servicios profesionales de clase mundial que nos permita trascender nuestras fronteras hasta llegar a ser una Firma Global, afianzando la creación de valor sostenible para nuestros grupos de interés.”

3.3. Valores.

Los valores son cualidades o características de una persona que son apreciadas por el entorno. En líneas generales, se habla de un valor como un intangible (una idea abstracta) que permite a una persona tener un impacto positivo en su entorno laboral inmediato (la gente que se relaciona directamente con ella) y su entorno mediato (aquellos que se ven afectados indirectamente por su actuar, como serían amigos, familiares y los amigos y familiares de estos).

A nivel corporativo, los valores son los principios fundamentales que guían el comportamiento y las acciones de Amaral, y representan las creencias y convicciones fundamentales de la organización. Su correcta implementación se convierte en el núcleo de la cultura corporativa de la Firma.

En ese sentido, Amaral tiene establecidos cuales son los valores “insignia” que sirven no sólo como los estándares mínimos aplicables a los servicios que presta a sus Clientes, sino que —con el correr del tiempo— se han consolidado como garantías de calidad en lo que respecta al trabajo de cada uno de sus Colaboradores.

3.3.1. Ética y transparencia.

Dentro de los valores, la primera dupla es a su vez una de las mayores garantías de calidad para el cumplimiento de nuestra Misión y Visión.

Se entiende que la ética es el conjunto de normas morales que rigen el comportamiento del ser humano y la transparencia es la cualidad de honestidad, franqueza y claridad que guían las acciones de los miembros de una organización. Ambos, constituyen valores claves que distinguen a Amaral en el mercado.

En la práctica, la ética se traduce en la observancia no sólo de las normas que conforman el ordenamiento jurídico y regulatorio (constitución nacional, tratados internacionales, leyes y reglamentaciones), sino en la promoción de actitudes y estándares humanos y dignificantes, tales como el respeto a las personas, la solidaridad y el apoyo mutuo, aspectos que distinguen la cultura organizacional de Amaral.

La transparencia, por otro lado, implica ser directos y claros tanto con nuestros Clientes como con los otros grupos de interés que nos rodean, incluyendo a los terceros que asisten a la Firma diariamente, ya sean Proveedores de bienes y servicios o incluso Entes Reguladores. Creemos que la transparencia genera confianza y credibilidad en la relación de la Firma con los grupos de interés con los cuales interactúa (colaboradores, clientes, proveedores, colegas y con la comunidad).

3.3.2. Excelencia y calidad profesional.

La excelencia nunca es producto del azar. Tanto es así que desde Amaral se pone el énfasis en la contratación de Colaboradores con excelentes credenciales tanto académicas, laborales y actitudinales, pues es evidente que, si se busca prestar un servicio de tipo personal, las cualidades

de los prestadores definen en gran medida el producto que puede ser entregado a nuestros Clientes.

En un sentido práctico, la excelencia y calidad profesional se refieren a: 1) la constante superación de todos los Colaboradores, y 2) sus dotes de personas íntegras al servicio de los demás.

Como la confianza es clave en todas las áreas de la Firma y los servicios profesionales que ésta presta (contable, legal, impositivo, auditoría, consultoría financiera y de procesos), constituye un requisito esencial que los Colaboradores cuenten con las aptitudes técnicas y la formación necesarias para cumplir con su trabajo y posean las actitudes personales requeridas para buscar la excelencia en cada trabajo, sin importar el tamaño, el tiempo u otras variables que puedan presentarse al momento de emprender un desafío laboral en la Firma.

Para Amaral es un orgullo decir que, en lo que respecta a la contratación de colaboradores, los únicos parámetros empleados son sus habilidades técnicas (aptitud) y su potencial humano (actitud).

3.3.3. Respeto y valorización de nuestros Colaboradores.

Antes mencionábamos la estrecha vinculación entre la ética y el servicio que Amaral presta a sus Clientes. Asimismo, hicimos referencia a la importancia de contar con un plantel de colaboradores preparados técnicamente para hacer frente a las posibles contingencias o problemáticas que se puedan plantear en el día a día.

Ahora bien, es imperioso hacer mención de que Amaral, está comprometida con el desarrollo no sólo económico sino social, y es consciente de su papel trascendental tanto en el mercado empresarial y en la comunidad en su conjunto, en lo que respecta a la dignificación de las personas mediante la provisión de un trabajo no sólo remunerado, sino **verdaderamente humano**.

Nuestros colaboradores —es decir, los Colaboradores de Amaral— antes de convertirse y actuar como profesionales capacitados, son personas.

Bajo ese entendimiento es que Amaral busca no sólo proporcionar una plataforma económica para sus Colaboradores, sino que **cumple y busca incentivar a otras empresas a cumplir con todas sus obligaciones patronales**, pues tenemos el convencimiento de que **no hay mejor remedio para la informalidad, para el combate a la desigualdad estructural y a la corrupción**, que el cumplimiento irrestricto de las normas legales en general y laborales en particular.

Asimismo, Amaral busca **promover** a sus Colaboradores ya que, además de que ellos forman parte de una empresa reconocida nacional e internacionalmente, siguen siendo personas que tienen obligaciones no sólo económicas sino **personales con sus familias, seres queridos y amigos en general**, por lo cual cabe dejar en claro que esta Firma no busca generar un ambiente hostil que impacte negativamente en la salud de las personas, sino que —muy por el contrario— promovemos el equilibrio de la vida y el trabajo de nuestros colaboradores, ofreciendo un ambiente seguro, espacios de confort, apertura y sobre todo la exposición de los valores, cultura empresarial y buenas prácticas

En Amaral pensamos que el trabajo no es en sí un fin, sino un medio: nuestro objetivo no es solamente brindar servicios excelentes a nuestros clientes, sino dignificar a las personas.

3.3.4. Innovación tecnológica.

Considerando que los colaboradores ocupan un lugar preponderante en una Firma de servicios profesionales, Amaral también promueve la innovación tecnológica como una forma de **reemplazar el trabajo mecánico y rutinario, y brindar soluciones tecnológicas modernas que sean compatibles con la jerarquización y la humanización del trabajo profesional que realizamos**.

En esa línea, la Firma busca siempre generar nuevas herramientas, sistemas y nuevos procesos automatizados para mejorar tanto la calidad de los servicios como reducir la probabilidad de errores y los tiempos de ejecución de las tareas rutinarias y con poco valor agregado, lo cual se traduce en un mayor grado de eficiencia y competitividad en la prestación de los servicios a los clientes.

Es este sentido la Firma siempre tiene la meta de romper barreras y celebrar alianzas con Proveedores estratégicos para ofrecer soluciones tecnológicas actualizadas, aplicables y ajustadas a la realidad de toda la cadena de valor.

3.3.5. Vocación de colaborar profesionalmente con colegas locales e internacionales.

Además de buscar obtener el mejor plantel de colaboradores y establecer las mejores relaciones con los Proveedores, Clientes y Entes Reguladores a través del respeto y apego a las normas legales aplicables y las normas internas de la Firma, los Socios de Amaral entienden que su posición en el mercado no puede centrarse solamente en la búsqueda de ser "la mejor Firma" a como dé lugar, sino que este mérito sólo se le debe conferir por los Clientes en el marco de una sana competencia con otras Firmas profesionales del medio.

En tal sentido, Amaral entiende que es su deber no sólo cumplir con los estándares nacionales e internacionales como garantía de calidad, sino en colaborar y competir con las demás Firmas y colegas que actúan en el mismo mercado.

Esto se debe a que, como tal, la competencia es el principal motivador de cambio y producción en el mundo.

A la luz de esta consideración es que en Amaral se **busca fomentar la competitividad** y, si las circunstancias lo ameritan, la **colaboración profesional** con otras Firmas de modo **de elevar la calidad general de los servicios en el mercado**, generando un impacto final positivo en la calidad de los servicios que llegan a los Clientes.

Por otro lado, la Firma tiene un fuerte compromiso de colaboración con los gremios profesionales a los que estamos adheridos, y consideramos que el aporte de la experiencia de nuestros profesionales y el trabajo en conjunto con otras Colegas en las áreas técnicas eleva la calidad de los profesionales en el mercado y promueve la adopción de criterios y posiciones comunes, adaptadas a los estándares internacionales.

3.3.6. Compromiso con la generación de un impacto positivo en el ambiente y la comunidad.

Como corolario final, además de buscar la excelencia en todos los ámbitos que demanda el mercado y el reconocimiento profesional, Amaral es consciente de sus impactos en el medio económico, social y ambiental.

Es así como desde la Firma se ha decidido emprender un camino estratégico que no sólo implique la realización de sus servicios con el menor impacto ambiental posible, sino que a su vez colabore con acciones colectivas y efectivas que redunden en beneficio ambientales y sociales de todos aquellos que integran la comunidad que rodea a Amaral.

Con esto en consideración, Amaral asume y promueve a nivel de sus Colaboradores a través de espacios de capacitación y concientización, a que ellos también asuman a nivel de su actividad laboral y de su vida personal, el compromiso de velar no sólo por el reconocimiento y protección de los derechos humanos, sino que hagan propios los valores de lucha contra la corrupción en todas sus formas, la puja por la sostenibilidad ambiental y del impulso de todas aquellas acciones que impliquen un impacto directo en la forma y calidad de vida de las personas.

4. La sostenibilidad como modelo de negocios.

Si bien la sostenibilidad puede parecer un término que está "de moda", es en realidad una forma de hacer negocios que, además de implicar la natural producción y venta de bienes y servicios propia de toda empresa con fines de lucro, se asegura de que éstos intrínsecamente contengan un "valor agregado". En efecto, bajo el concepto de sostenibilidad, la entrega de bienes y servicios es valiosa no solamente porque éstos son de excelente calidad, sino porque se han hecho respetando a todas las personas que están dentro y fuera de la cadena de valor, agregando valor no sólo al Cliente, que aprovecha un servicio de alta calidad, sino a los

Colaboradores que participaron en la creación de ese bien o servicio, y a todos los grupos de interés que participan en la cadena de valor.

Así, se puede entender a la sostenibilidad empresarial como cualquier actividad que, además de buscar el rédito económico, intenta impactar positivamente en el ambiente, en el medio social y en el medio económico.

Podríamos ejemplificarlo de la siguiente manera:

En Amaral, se han implementado ciertas directrices que garantizan a los Clientes no sólo la calidad de los servicios que reciben, sino que éstos **sean prestados respetando todos los elementos mencionados anteriormente:**

- (i). Primeramente, Amaral tiene como objetivo básico **contratar a los mejores candidatos disponibles en el mercado, cumplir** con todas sus obligaciones como patronal y garantizar los derechos laborales de sus Colaboradores.
- (ii). Estos Colaboradores luego ejecutan las tareas asignadas en ambientes seguro con una supervisión y formación constante y **en estricto cumplimiento de las leyes y normas éticas**. Esta supervisión permite a los Colaboradores **poner en conocimiento a la media y alta gerencia los eventuales casos de situaciones irregulares**, lo cual se traduce en un constante control y permite mitigar el riesgo de ocurrencia de cualquier tipo de conducta que pueda catalogarse como “corrupta”.
- (iii). Dentro de este proceso, la Firma toma acciones y los Colaboradores reciben formación constante acerca de cómo realizar nuestros servicios con el menor impacto posible en el ambiente, con el objetivo de reducir nuestra huella de carbono.
- (iv). La suma de todos estos factores hace que, además de contar con un servicio profesional de alta calidad, los Clientes **se aseguren de que en todo el proceso han actuado profesionales del más alto nivel, se han respetado los derechos humanos de todas las personas involucradas así como las normas legales vigentes en el país, y por otro lado se han llevado a cabo acciones en el proceso que minimizaron el impacto de la prestación de nuestros servicios en el ambiente**, todo lo cual realza la calidad intrínseca de los servicios que reciben nuestros clientes.

Esas acciones y procesos que se llevan a cabo durante la prestación de los servicios entonces no sólo persiguen la búsqueda de la satisfacción por el logro de los objetivos profesionales y personales de quienes están directamente involucrados, sino que tiene un impacto objetivo en el mercado, ya que establecen una forma de hacer negocios que resulta sostenible en el tiempo, dignifica a las personas y genera desarrollo no sólo económico, sino social y ambiental.

Con suficientes empresas en un mercado llevando adelante la sostenibilidad como modelo, se produce ulteriormente un **cambio de cultura laboral a nivel macro lo cual eleva la consideración sobre la comunidad empresarial en los mercados donde actuamos**.

Así, la sostenibilidad se convierte en un modelo de negocios positivo que busca **hacer de los negocios un medio para el logro de mejoras en las condiciones sociales, económicas y ambientales estructurales en las que operan las empresas**.

4.1. El Código de Ética como herramienta para la sostenibilidad.

Ya desde hace unos años en el mundo empresarial se han suscitado cambios en los paradigmas que rigen a la prestación de servicios en nuestra área profesional.

Hoy, al hablar de transparencia no sólo se hace referencia a las iniciativas a nivel legislativo, sino también a que, ya desde el propio seno empresarial-, hay una clara conciencia —como mencionamos anteriormente— de la preponderancia de las empresas no sólo en lo que respecta a la generación de bienes y servicios, la obtención de lucro y el aumento de la riqueza de sus propietarios, sino también a la efectiva promoción de los derechos humanos, el combate a la corrupción, la protección del ambiente y, en general, la dignificación de la persona humana, sin distinción alguna más allá del mérito y de su potencial de crecimiento.

4.2. Cultura Sostenible Empresarial.

La cultura entendida como “el conjunto de valores, tradiciones, patrimonio material e inmaterial, creencias religiosas, cosmovisiones y las expresiones en formas de vida” (Federación Internacional de Consejos de las Artes y Agencias Culturales (IFACCA), CGLU (Comisión de cultura) y otros, 2014) puede impedir o facilitar el logro de los objetivos de desarrollo sostenible desde lo regional.

La evolución hacia una cultura sostenible e inclusiva sólo puede llevarse a cabo con un modelo de liderazgo ético que se refleje en todos los comportamientos y actuaciones con los grupos de interés (clientes, empleados, proveedores, accionistas y sociedad). Y no sólo en el corto plazo, sino -sobre todo- en el medio y largo plazo.

Por esto en AMARAL se adoptan medidas que llevan a consolidar realmente el cambio de la cultura interna, para no solo poder transmitir un mensaje concreto, sino también para transformar la vida de las personas, nuestros clientes y los “stakeholders” que integran y hacen a la Firma.

4.3. Objetivos.

El presente Código de Ética tiene como objeto establecer, definir y dar a conocer los valores y las pautas de conducta que orientan las acciones, relaciones y decisiones de Amaral en sus oficinas de Paraguay y Uruguay, así como las de sus Colaboradores para con los demás grupos de interés con los que interactúa la Firma.

Las pautas aquí contenidas son de cumplimiento obligatorio y los valores enunciados son irrenunciables. Esto se debe a que Amaral reconoce que la sumatoria de la conducta de los Colaboradores junto con las políticas de sostenibilidad de Amaral en concordancia con las acciones colectivas de nuestra comunidad, contribuyen efectivamente a la construcción no sólo de una imagen de confiabilidad e integridad, sino que suponen un impacto positivo en el medio profesional y en la comunidad en sí.

Este documento entonces representa el compromiso indeclinable de Amaral con la sostenibilidad en general, siendo aplicable en todas las aristas de la vida personal y profesional de quienes forman parte de Amaral puesto que, como empresa líder del sector profesional, sus Socios consideran que la ética en los negocios constituye un pilar fundamental para el desarrollo sostenible en los entornos y mercados en los que opera.

4.4. Alcance.

El presente Código de Ética —en adelante, “el Código”— comprende el actuar y el relacionamiento de los Socios, Colaboradores y todos quienes formen parte de la cadena de valor de Amaral, incluyendo entre ellos a los Clientes, Proveedores y Entes Reguladores.

Las disposiciones contenidas en este Código son de cumplimiento obligatorio y se asume su conocimiento por parte de todos los Colaboradores que ingresan a la Firma.

Por lo anterior, es responsabilidad de cada Colaborador de Amaral conocer y cumplir cabalmente con lo estipulado en este Código desde el momento en que ingresan en la Firma, dejando como constancia de su íntegra lectura su firma en cada hoja del Código.

Adicionalmente, los Colaboradores procurarán que los Clientes, Proveedores, contratistas, asesores y consultores de Amaral conozcan y compartan los principios éticos de este Código. En efecto, en este marco el objetivo final de cada Colaborador es actuar como agente de cambio, no solo cumpliendo cabalmente con sus obligaciones laborales, sino también motivando a otros a cumplir con todas las leyes, normas, códigos y procedimientos aplicables, caracterizados por el respeto en todas las interacciones y la transparencia en todas sus actuaciones.

4.5. Pautas de Conducta.

Las pautas de conducta, como tales, se desprenden de los valores establecidos como estandartes e insignias para Amaral. En tal sentido, se puede decir que una pauta de conducta es un modelo de comportamiento adaptado y alineado a los valores y objetivos predefinidos por la Firma, pudiendo materializarse tanto en acciones directas o indirectas, o en “omisiones” de ciertos tipos de acciones. A modo de aclaración, se entiende como omisión a toda abstención que realiza una persona ante un evento natural o acto humano. En tal sentido, a modo de ejemplo, una omisión que puede establecerse como una pauta de conducta es la de que, en

caso de un ofrecimiento indebido de dinero, la persona obligada con el cumplimiento de las pautas de conducta **se abstenga** de aceptar cualquier emolumento.

La importancia de las pautas de conducta radica no sólo en su impacto positivo en el medio, pues unifica y agiliza la toma de decisiones, sino que **posibilita la creación de valor transversal** a través de las acciones u omisiones que se decidan tomar.

Es decir, no sólo facilitan y aclaran como proceder, sino que están pensadas como formas de generar un impacto positivo a corto, mediano y largo plazo en la vida de los Colaboradores, en la reputación de la Firma y en la comunidad donde actuamos, la cual se nutre de la difusión de estos valores.

Además de las pautas de conducta, se establecen aquí también **principios rectores general de interpretación**, los cuales serán aplicables **cuando no haya una instrucción directa** sobre alguna materia o cuestión determinada que surja en la actividad laboral.

Así, de forma resumida, los valores son **estándares éticos ideales**, las pautas de conducta son **esquemas de actuación predefinidos** y los principios rectores de interpretación son **reglas de orientación de la decisión en caso de duda, ambigüedad u oscuridad**.

Una vez hecha esa aclaración seguidamente se enuncian las pautas aplicables a los valores mencionados en el punto 3.3., junto a los respectivos principios interpretativos y las correspondientes observaciones:

Valor	Pautas de conducta	Principio de interpretación y otras consideraciones
Ética y transparencia.	a) Proteger la privacidad de todos los colaboradores. b) Obtener y tratar los datos personales de los colaboradores con responsabilidad, ética y de acuerdo con las leyes de privacidad aplicables. c) No permitir la discriminación, hostigamiento ni la agresión física o emocional de tipo alguno ni el acoso laboral o sexual, dentro del lugar de trabajo, que menoscabe la dignidad de las personas. En particular en Amaral se busca resguardar la dignidad de todos los Colaboradores, por lo que cualquier acto o vulneración dirigida en contra de los Colaboradores de Firma entre ellos, de parte de Clientes, Proveedores o Entes Reguladores, será atendido con la mayor urgencia y eficiencia posible. d) No permitir en ninguna circunstancia el trabajo de menores de edad en ninguna de las operaciones de la Firma. e) Transparentar los errores o incumplimientos que se cometan u observen en el curso de las actividades laborales, ya sea que se refieran o versen sobre incumplimientos de las pautas de conducta establecidas en este Código de Ética o de cualquier índole legal, declarándolos oportunamente a través de los medios previstos, tales como el reporte a los supervisores directos, gerentes y socios, o a través del uso de las plataformas de canales de denuncia. f) Comportarse demostrando integridad y respeto dentro y fuera de la Firma en las instancias que se actúe en nombre de ésta. g) Limitar el contacto con funcionarios públicos y autoridades a lo estrictamente requerido, en los	<p>En lo que refiere a los principios que rigen la ética y la transparencia, para Amaral es importante que sus Colaboradores, en caso de duda, no realicen acto alguno salvo expresa autorización de sus supervisores directos.</p> <p>Ahora bien, en lo que respecta a la ética de cada profesional, es importante señalar que las diversas profesiones que coexisten y colaboran dentro de la Firma tienen estándares éticos propios que las regulan, los cuales son exigibles en el ejercicio de sus profesiones.</p> <p>Así, por este acto, todos los Colaboradores de la Firma, según la actividad o profesión que desempeñen, hacen propios y le serán exigibles, además del presente Código de Ética, los siguientes estándares éticos profesionales específicos:</p> <p>Contadores y auditores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Código de Ética del Consejo de Contadores Públicos de la República del Paraguay. • Código de Ética del Colegio de Abogados del Paraguay.

Valor	Pautas de conducta	Principio de interpretación y otras consideraciones
	<p>lugares normales y públicos en que se ejerzan sus funciones.</p> <p>h) Colaborar en todo momento con las autoridades competentes que regulan la actividad profesional de la Firma en el ejercicio de sus funciones, ofrecerles un trato amable y respetuoso y atender oportunamente sus requerimientos y observaciones, dentro de las facultades que les otorgan las leyes o regulaciones.</p> <p>i) Resguardar la información confidencial y privada de la Firma, clientes y proveedores del uso no autorizado.</p> <p>j) Proteger la propiedad intelectual de la Firma (derechos de autor, marcas comerciales, patentes, derechos de diseño, logos, etc.). A título meramente ejemplificativo, no está permitido producir elementos de piratería o emplear sin autorización logos de clientes sin su autorización, tales como publicaciones en redes sociales con los logos de una empresa o, realizando críticas por dichos medios a una firma a la cual proveemos servicios.</p> <p>k) Tratar de forma reservada toda la información de los clientes actuales, así como de los que han dejado de serlo.</p> <p>l) No exceder los poderes de representación conferidos por los Socios de la Firma, con relación al manejo de dinero, firma de documentos y el uso de claves, entre otros, fuera de los propósitos con los que fueron otorgados.</p> <p>m) No vulnerar la propiedad intelectual ni física de terceros (software, hardware, marcas, logos, etc.).</p> <p>n) Declarar toda situación que pueda llevar a un conflicto de intereses, de conformidad al punto 4.5.1. del Código de Ética.</p> <p>o) No aceptar ser favorecidos con beneficios económicos directos ni indirectos de parte de los Clientes, Proveedores o Entes Reguladores, para a su vez favorecerlos en contratos o ventas de cualquier tipo.</p> <p>p) No recibir regalos personales de ninguno de nuestros clientes, sean estos bienes o servicios tales como objetos, viajes o actos de hospitalidad que puedan de alguna manera influir en el sano juicio del Colaborador y restarle objetividad a la relación comercial. Quedan exceptuados de esta limitación los casos de regalos comunes enviados por clientes y proveedores, típicamente en las Fiestas de Navidad y Año Nuevo o por acontecimientos y celebraciones especiales.</p> <p>q) No utilizar el nombre ni los recursos de la Firma para beneficio personal ni de algún familiar</p> <p>r) Seguir los estándares de calidad establecidos por la Firma y las normas y códigos profesionales aplicados por los servicios prestados por la Firma.</p> <p>s) Evitar todo contacto y abstenerse de relacionarse con personas deshonestas que puedan perjudicar la imagen de la Firma.</p>	

Valor	Pautas de conducta	Principio de interpretación y otras consideraciones
	<ul style="list-style-type: none"> t) Estar atento a señales de alerta de actividades sospechosas que puedan ocultar o simular un delito en la relación comercial, como, por ejemplo: clientes que realizan transacciones de elevado monto y no tienen actividades acordes que lo justifiquen, clientes que en corto periodo surgen como dueños importantes de nuevos negocios. u) No hacer comparaciones falsas o engañosas con servicios equivalentes a los que ofrecen los competidores. v) No favorecer en forma indebida con beneficios económicos directos o indirectos a los clientes (descuentos no autorizados, regalos, cenas), para esperar ser favorecidos en contratos o ventas de cualquier tipo. 	
<p>Excelencia y calidad profesional.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a) Atender a los Clientes, tanto efectivos como potenciales, así como a los colegas y visitantes, ofreciendo un trato igualitario, profesional, transparente, objetivo, equitativo, honesto y demostrando independencia de criterio en todos los casos, independientemente de la reputación, experiencia, especialidad, rol o tamaño de éstos. b) Ejecutar las funciones y responsabilidades encomendadas, haciendo un uso eficiente del horario de trabajo. c) Poner atención y la mayor diligencia, en la solución eficaz y eficiente de los problemas, dudas o reclamos que los clientes puedan hacer relacionados con los servicios profesionales que contratan. d) No exponer negativamente a la Firma mediante actos ni comportamiento que atenten contra las buenas costumbres y la sana convivencia. e) Tener presente en todo momento los lineamientos establecidos en el reglamento Interno de Trabajo, el presente Código y demás políticas o manuales que pueda adoptar la Firma. f) Mantener y mejorar constantemente los conocimientos y habilidades necesarios para poder prestar los servicios ofrecidos por la Firma. g) Demostrar proactividad en la identificación de oportunidades de servicios que puedan ser llevados a cabo por la Firma para clientes actuales o potenciales. 	<p>En lo que respecta a los principios que rigen la excelencia y la calidad profesional, para Amaral es importante que sus Colaboradores, en caso de duda, no realicen ni autoricen acto alguno que puedan implicar el incumplimiento de este Código, y que exista un diálogo abierto con los Superiores Directos en caso de que sea requerida la interpretación de estas políticas.</p> <p>Respecto a la ejecución de las responsabilidades encomendadas, las tareas deben realizarse siguiendo el cronograma de trabajo previamente definido, y su cumplimiento debe ser evaluado conforme a la consecución de ciertos requisitos de parte del cliente, lo cual no está exento de la ocurrencia de retrasos en ciertas ocasiones. Los responsables de dichos proyectos deberán evaluar y establecer el nivel de prioridad, de forma de cumplir con las tareas haciendo un uso eficiente del horario de trabajo y que éstos solo se extiendan en casos excepcionales debidamente autorizados por los Gerentes, directores o Socios a cargo de los proyectos.</p>
<p>Respeto y valorización de nuestros Colaboradores.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a) Dignificar a los compañeros de trabajo y respetar las diferencias individuales, culturales, de género, étnicas, religiosas, de ideología política, edad, opinión y otras. b) Promover una cultura de valorización y reconocimiento de logros tanto profesionales como académicos, estimulando tanto a Socios como a todos los Colaboradores a reconocer de 	<p>Se busca que todos los colaboradores participen de forma activa en la creación y mantenimiento de un adecuado y cordial ambiente laboral, manteniendo el compromiso de respeto de los derechos de</p>

Valor	Pautas de conducta	Principio de interpretación y otras consideraciones
	<p>forma expresa y pública a quienes hayan cumplido sus funciones con excelencia.</p> <p>c) Informar a los Proveedores, Clientes, Entes Reguladores y demás grupos de interés sobre los plazos y la metodología de trabajo de la Firma, de modo éstos estén al tanto de la disponibilidad horaria y los canales de comunicación adecuados a ser utilizado en su contacto con los Colaboradores, respetando su descanso y los trabajos anteriormente asumidos. Sin embargo, son admisibles comunicaciones y trabajos fuera de horario mediando urgencia comunicada a los Superiores Directos, y la debida autorización de los Socios de la Firma.</p> <p>d) En la medida de las posibilidades y en caso de no mediar urgencias justificadas, racionalizar el trabajo para que éste pueda ser cumplido dentro del horario normal de funciones.</p> <p>e) Mantener en todo momento un trato justo, equitativo y cuidando la dignidad de cada uno de ellos.</p> <p>f) Promover y mantener una sana convivencia en el ámbito laboral, y mantener un ambiente fraterno, cordial y de apertura con todos los colaboradores de la Firma.</p> <p>g) Asegurar la igualdad de oportunidades laborales tanto en relación con los colaboradores de la Firma como en los procesos de selección de personal, haciendo énfasis en las competencias técnicas y aptitudinales para los cargos, así como el hecho de compartir los valores éticos de la Firma.</p> <p>h) Velar y promover la objetividad en la entrega de beneficios y reconocimientos a los colaboradores, lo cuales deberán estar basados en sus talentos y virtudes.</p> <p>i) Honrar los derechos de los colaboradores y honrar los compromisos asumidos con ellos.</p> <p>j) Suministrar a todos los colaboradores los elementos de higiene y de trabajo necesarios para el ejercicio de las tareas profesionales encomendadas a los colaboradores.</p>	<p>todos, la fraternidad y la cooperación.</p>
<p>Innovación tecnológica.</p>	<p>a) Fomentar un espíritu de creatividad e innovación en todos los niveles de la empresa, alentando a los empleados a buscar constantemente nuevas ideas, tecnologías, procesos y enfoques diferentes para mejorar la calidad de los servicios que se ofrecen a los clientes internos y externos.</p> <p>b) Evaluar de manera regular y exhaustiva las herramientas y soluciones tecnológicas disponibles en el mercado de modo que se puedan mantener y mejorar la eficiencia, precisión y calidad de los servicios ofrecidos.</p> <p>c) Mantener un seguimiento, actualización y capacitación permanente de los avances tecnológicos relacionados a los servicios prestados por la Firma.</p> <p>d) Utilizar la Inteligencia Artificial como un medio de apoyo a las labores cotidianas, con transparencia y ética profesional, y evitar su uso</p>	<p>Se espera una búsqueda constante de innovación y creatividad, en nuevas tecnologías, así como en soluciones en los procesos y procedimientos de las tareas cotidianas.</p>

Valor	Pautas de conducta	Principio de interpretación y otras consideraciones
	<p>con fines que atenten contra la integridad y calidad del servicio prestado, recordando que esta es una herramienta que complementa mas no sustituye el criterio técnico de los profesionales.</p> <p>e)</p> <p>f) Promover el uso de medios de comunicación y de transferencia de información de carácter confidencial que se encuadren dentro de los lineamientos establecidos por la Firma.</p> <p>g) Emplear de forma adecuada y medida las redes sociales con fines laborales, tomando en consideración que éstas son un medio excelente para la comunicación con los Clientes y Proveedores. En tal sentido, es importante recalcar la importancia de la correcta administración de los contenidos que son agregados a dichas plataformas, especialmente dentro del horario laboral.</p>	
<p>Vocación e integridad al colaborar profesionalmente con colegas locales e internacionales.</p>	<p>a) Fomentar la colaboración profesional con firmas locales y del exterior para potenciar y expandir los servicios que presta la Firma en constante búsqueda de ofrecer las mejores soluciones integrales y complementarias a nuestros Clientes si las circunstancias así lo ameritan.</p> <p>b) Promover la sana competencia y la colaboración activa con los colegas locales e internacionales.</p> <p>c) No actuar de mala fe ni buscando perjudicar la imagen de los colegas o Firmas que se desempeñen en el mismo mercado en que participa Amaral.</p> <p>d) Competir de manera justa, honesta y apropiada, absteniéndose de obtener en forma indebida información de la competencia, no aceptando ni incentivando el uso de sobornos, regalos, dadas ni cualquier otro medio que proporcione una ventaja competitiva ilegítima</p> <p>e) No realizar intercambios de información competitivamente sensible entre empresas que puedan beneficiarse de tal conocimiento. Esto por ejemplo abarca el know-how o los secretos industriales que pueda tener un cliente y su divulgación a sus competidores, sean o no clientes de la Firma.</p> <p>f) No participar en ningún acuerdo de precios, división de mercados ni clientes, no convenir la forma de participación en licitaciones, no realizar acuerdos de exclusividad con Clientes o Proveedores que impliquen operaciones de concentración que atenten contra el derecho de competencia y el libre mercado; ni imponer precios abusivos en el mercado o cualquier conducta que pueda limitar el libre juego de competencia en los mercados en que opera la Firma.</p>	<p>En lo que respecta a la colaboración con otros colegas, se espera una competencia sana y un espíritu de colaboración para realzar la imagen de la profesión en el medio en el que actuamos.</p> <p>Por este acto, los Colaboradores, según la profesión que desempeñen, hacen propios y le serán exigibles los siguientes estándares éticos profesionales:</p> <p style="text-align: center;">Contadores y auditores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Código de Ética para Profesionales de la Contabilidad (IFAC).
<p>Compromiso con la generación de un impacto positivo en el</p>	<p>a) Cumplir en todo momento con las leyes y regulaciones ambientales aplicables.</p> <p>b) Utilizar los recursos naturales de manera responsable y eficiente.</p>	<p>Se busca un trabajo responsable con respecto al ambiente, minimizando nuestra huella de</p>

Valor	Pautas de conducta	Principio de interpretación y otras consideraciones
ambiente y la comunidad.	c) Identificar y solucionar oportunamente situaciones que involucren directamente a la Firma, que estén causando daños al ambiente o perjuicios a la comunidad, manteniendo en todo momento una relación de diálogo y el respeto con la comunidad. d) Al realizar nuevas inversiones, evaluar los aspectos vinculados con sus impactos sociales y ambientales, de modo de asegurarnos que las consecuencias derivadas de las nuevas inversiones no sean negativas para el ecosistema que nos rodea y la sociedad. e) Proponer, impulsar, respetar e incentivar las buenas prácticas de manejo en cuanto a los hábitos ambientales y sociales, logrando de esta manera asumir el compromiso de una cultura sostenible y más allá de lo laboral, replicarla en la vida cotidiana.	carbono en la prestación de nuestros servicios. Además, se espera que los colaboradores puedan promover acciones con un impacto positivo en el ambiente dentro de la Firma y en su comunidad.

4.6. Consideraciones especiales de los Colaboradores.

En este Código de Ética se contemplan ciertas cuestiones particulares que requerirán una especial atención de parte de los Colaboradores, tales como los aspectos vinculados con conflictos de intereses, aspectos puntuales vinculados con el resguardo de la confidencialidad de la información y trato con los Proveedores de la Firma.

4.6.1. Conflictos de intereses

Las decisiones de los Colaboradores en el desempeño de su trabajo deben basarse en criterios objetivos y en el juicio de cada individuo, pero no tendrán como finalidad la búsqueda de beneficios personales ni para terceros, por lo cual se debe evitar la realización de cualquier actividad que pueda atentar contra la reputación de la integridad de las personas y de la Firma de la que son parte.

En tal sentido, los conflictos de intereses ocurren cuando un individuo, que tiene una obligación de tipo laboral o profesional con Amaral, también tiene otras relaciones con cualquier persona u organización que compita o haga negocios con la Firma, trabaje en Clientes o con Proveedores de la Firma, o bien que participa en actividades que pueden afectar su juicio en el cumplimiento de sus responsabilidades u obstaculizar sus decisiones para lograr el beneficio propio o de terceros, tales como familiares o amigos.

En ciertos casos exigidos por los Clientes, Proveedores o Entes Reguladores, los Colaboradores deberán confirmar formalmente a la Firma cuando lo solicite, que no existen conflictos de intereses en la ejecución de sus tareas, en particular aquellas vinculadas con los servicios de auditoría independiente o asesoría legal.

Es importante que todo Colaborador de Amaral **denuncie o haga saber a la Firma de los posibles conflictos de intereses que puedan tener**, y que puedan significar un perjuicio en la imagen y la reputación de independencia, objetividad e integridad de Amaral.

Debido a la naturaleza dinámica de las relaciones humanas y comerciales, en lo que respecta a la información a proporcionarse para prevenir conflictos de intereses, se hace un énfasis pronunciado en la periódica y constante actualización de datos y la formulación de preguntas y aclaraciones pertinentes, a fin de analizar el contexto particular de los Colaboradores y su relacionamiento con Proveedores, Clientes y Entes Reguladores. En tal sentido, es de fundamental importancia erigir y mantener en todo momento una comunicación abierta con todos los estamentos de Amaral para evitar siquiera cualquier sospecha que pueda impactar negativamente en la imagen de la Firma.

Es obligación de cada Colaborador tomarse el tiempo necesario para evaluar si los requisitos ya sean legales, de Clientes, Entes Regulatorios o Proveedores son compatibles con los establecidos genéricamente por Amaral y, en caso de estos primeros sean más exigentes, los Colaboradores se comprometen a comunicar toda situación que implique riesgo de generar siquiera sospechas de conflictos de intereses a sus Superiores directos, a fin de determinar el mejor curso de acción en cada caso.

4.5.2. Confidencialidad.

Como depositarios de la confianza de Clientes de diversos rubros, **es imperioso mantener el más amplio sigilo y confidencialidad**. En tal sentido, ninguno de los Colaboradores se encuentra autorizado, bajo ningún concepto, a relevar o compartir información alguna sobre los Clientes o Proveedores de Amaral, ni de la Firma en sí; ya sea de su organización, sus actividades o la naturaleza de los trabajos que se realizan.

Esto se debe a que, como profesionales que trabajan con la información extremadamente sensible, la imprudencia en el manejo de la información a la que accedemos como parte de los servicios contratados por los Clientes, puede generar **perjuicios en la imagen de la Firma y afectar las operaciones de nuestros Clientes, con todas las implicancias de tipo legal que esto puede acarrear**.

En tal sentido, se debe evitar la comunicación de cualquier tipo —incluso con los familiares o amigos más cercanos— de toda cuestión relativa a los servicios prestados por Amaral y los datos de los beneficiarios de estos. Esta limitación también alcanza al resto de los colaboradores de Amaral que no participen de la ejecución de los trabajos en los que se accede a información de los clientes.

Asimismo, cabe mencionar que los Colaboradores se someterán siempre a los estándares establecidos por los Clientes y Proveedores en el marco de su relacionamiento comercial con ellos. Es decir, si en lo que respecta a cuestiones de confidencialidad se establece contractualmente estándares más rígidos relativos a la confidencialidad ya sea por la ley o contractualmente, con un Cliente, Ente Regulador o Proveedor en particular, primará siempre lo legalmente establecido o el acuerdo formalizado con éstos, siendo vinculante y exigible a los Colaboradores su respeto irrestricto.

4.5.3. Trato con Proveedores y Clientes.

Desde Amaral se exige a los Colaboradores el trato más profesional y cordial con los Clientes y Proveedores, de manera de fomentar una buena relación, pero evitando toda cuestión que implique o que pueda dar la impresión de la existencia de favoritismo o falta de imparcialidad.

No se debe confundir el trato amable y la inevitable cercanía que existe en mercados tan pequeños como el paraguay, pero se debe entender que los servicios que presta y que recibe la Firma son **muy influenciables por las percepciones que pueden generarse tanto en los Clientes, Proveedores y en el público en general**.

Por tal motivo, es imperioso que cada Colaborador entienda que las relaciones deben basarse en la cordialidad, pero con la mayor exigencia posible en lo que respecta a profesionalismo y apego a la legalidad y las buenas prácticas y norma profesionales sobre las personas.

En tal sentido, si un Colaborador entiende que un Proveedor o un Cliente demuestra una actitud o actúa de forma atentatoria contra cualquiera de los valores, las pautas o principios promovidos por Amaral en este Código, éste deberá informar a la Firma a la brevedad posible de modo de analizar si Amaral debe o no continuar las relaciones con la persona o con la empresa en particular, o realizar las comunicaciones que sean pertinentes en cada caso.

4.5.4 Política de regalos.

Ligado al punto anterior, cabe destacar que desde Amaral la entrega o recepción de regalos fuera de los realizados por cuestiones habituales de cordialidad, por fechas especiales (Navidad, Año Nuevo, Aniversario de empresas, entre otros similares) o los que hayan sido autorizados

directamente por gerencia o dirección de la Firma, tanto del receptor como del destinatario, **se encuentran prohibidos.**

4.5.5. Prevención de lavado de activos, financiamiento del terrorismo y proliferación de armas de destrucción masiva.

Dentro de Amaral, los colaboradores deberán de abstenerse de hacer negocios con clientes que pudiesen estar involucrados en delitos de lavado de activos o financiamiento del terrorismo, así como todas las actividades relacionadas y contenidas en el la legislación aplicable, las políticas de la Firma y, eventualmente, las disposiciones contenidas en el Manual de Prevención de Lavado de Activos, Financiamiento del Terrorismo y Proliferación de Armas de Destrucción Masiva, reportando oportunamente las eventuales situaciones de riesgo en esta área a sus Superiores Directos.

5. Canal de denuncias.

Amaral pone a disposición de cualquier Colaborador o persona externa relacionada, un canal de denuncias en el cual, con toda comodidad y absoluta reserva, podrán hacer sus denuncias respecto a alguna actividad o un actuar irregular o ilícito que implique una violación a los valores, principios y pautas de conducta, así como las consideraciones especiales y cualquier incumplimiento a leyes, normativa o regulaciones vigentes, así como normas y políticas internas por parte de Colaboradores, Clientes, Proveedores o Entes Reguladores

Las personas que tomen conocimiento de la existencia de una situación irregular deben denunciarla a través de los siguientes medios:

Correo: lineaescucha@amaral.com.py

Todas las situaciones puestas en conocimiento serán tratadas bajo total reserva, se analizarán las pruebas y pertinencia de estas, y se garantizará la protección del denunciante en todo momento.

6. Entrada en vigor.

El Código de Ética de Amaral entró en vigor por aprobación unánime de los socios en fecha 30 de enero de 2024.