

Referencia y clasificación: Política ICSA02- Pública



**CÓDIGO DE ÉTICA Y CONDUCTA - DEBIDA DILIGENCIA DE
CLIENTES INTEGRIA CONSULTING S.A.**

VERSIÓN 2.0.

Aprobada por Acta de Directorio N° 7 del 12 de agosto de 2025.

Código de ética y política de debida diligencia de clientes - Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Integria Consulting, corresponsales de SMS LATAM, 2025.

Libro digital, PDF.

Archivo Digital: descarga y online

Versión 2.0 – Septiembre 2025

Reservado los derechos. Queda rigurosamente prohibida, sin la autorización escrita de los titulares del *copyright*, bajo las sanciones establecidas en las leyes, la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, comprendidos la reprografía y el tratamiento informático.

PALABRAS INICIALES.



Estimados colaboradores, socios, proveedores, clientes y terceros en general, es un placer para nosotros poder compartir con Uds. este Código de Ética y Conducta que refleja nuestros valores más profundos y nuestro compromiso absoluto con la transparencia, la integridad y – por esa vía – con la comunidad en la cual vivimos y brindamos nuestros servicios.

Integria Consulting es una firma corresponsal de la Red SMS Latam, presente en más de veinte países del continente americano y con un compromiso innegociable con la excelencia y la integridad. Nuestra firma nació para ocupar un lugar en el mercado local y regional con un único y principal foco: ser socios de nuestros clientes en el desarrollo de sus negocios en entornos regulados.

Nuestros clientes son organizaciones que hacen propuestas de servicios disruptivas, que ponen a los clientes y usuarios de sus servicios en el centro de todas las decisiones y que aportan valor a la sociedad. Nosotros existimos para apoyar esas iniciativas y para acompañarlas con el máximo grado de excelencia profesional y los más altos niveles de creatividad que sólo son posibles con un profundo conocimiento de las regulaciones y un apego absoluto a la ley.

Los valores nos definen, los valores nos hacen sustentables, los valores nos permiten cruzar tormentas y mantener nuestro espíritu, nuestra impronta, nuestra esencia. Nuestros valores nos permiten aportar a hacer de este, un mundo mejor y nos inspiran a ser protagonistas y no meros espectadores de un mundo que necesita cada vez más consideración por el otro, más paz, más honorabilidad y más empatía.

Nos sentimos honrados de liderar una firma que pone por delante el interés común y a los clientes, por encima de intereses propios o meramente económicos. Nos importa el largo plazo y sólo seremos sustentables en el largo plazo, siendo honorables, íntegros, excelentes y coherentes.

INTEGRIA CONSULTING

Av. Corrientes 1145, piso 4, Of. 46
C1043AAL Buenos Aires
Argentina
Tel (+54 9 11) 7004-2821
integria@integria.pro
www.integria.pro/

SMS Latinoamérica

Bernardo de Irigoyen 972
C1072AAT Buenos Aires
Argentina
Tel (+54 11) 5275-8000
info@smslatam.com
www.smslatam.com

Referencia y clasificación: Política ICSA02- Pública

Este Código nos dice a todos lo que tenemos que hacer, cómo nos tenemos que conducir, qué se espera de un colaborador de cualquier nivel de nuestra Firma y qué cosas son las que más nos importan. Guiemos nuestras acciones con las reglas de este Código, con el criterio y la honradez de un buen hombre de negocios, mantengamos en alto el prestigio de nuestra firma y de la Red SMS Latam de la cual tenemos el honor de formar parte y lograremos conducirnos con excelencia hacia el futuro.

Este Código también se alinea con el Código de Ética de SMS Latinoamérica y adopta el IESBA Code (incluyendo International Independence Standards) como marco propio; su aplicación se integra al Plan Estratégico 2025–2030 de la Firma y a los mecanismos de aseguramiento de la calidad (ISQM) de la Red.

Socios de Integria Consulting S.A.

INTEGRIA CONSULTING

Av. Corrientes 1145, piso 4, Of. 46
C1043AAL Buenos Aires
Argentina
Tel (+54 9 11) 7004-2821
integria@integria.pro
www.integria.pro/

SMS Latinoamérica

Bernardo de Irigoyen 972
C1072AAT Buenos Aires
Argentina
Tel (+54 11) 5275-8000
info@smslatam.com
www.smslatam.com

INTEGRIA CONSULTING es Firma Corresponsal de **SMS Latinoamérica**, una red de Firmas profesionales cuyos integrantes son entidades legales separadas, autónomas e independientes operando bajo su nombre particular e identificándose como integrantes de **SMS Latinoamérica**.

1. INTRODUCCIÓN.

Como asesores y consultores profesionales apoyamos a nuestros clientes a resolver problemas complejos de negocios y a realizar implementaciones normativas con éxito, así como a obtener y mantener licencias regulatorias en Argentina y en diferentes países de Latinoamérica. Tenemos el objetivo de mejorar su capacidad para generar valor, administrar el riesgo y mejorar el rendimiento, buscando eficiencias en sus procesos regulatorios que estén alineadas con los intereses y las necesidades del negocio. Nos enorgullece que nuestros servicios agreguen valor ayudando a mejorar la transparencia, confianza y consistencia de los procesos del negocio. Para tener éxito debemos crecer y desarrollarnos, no sólo como individuos sino también como organización.

En Integria Consulting sabemos que la confianza se construye a partir de conductas sostenidas en el tiempo, consistentes, éticas, sustentables y, en definitiva, haciendo lo correcto. Nos comprometemos a apoyar y acompañar a nuestros clientes y a mantener los más altos estándares éticos y de conducta en todas nuestras operaciones.

Este código establece los principios fundamentales que guían nuestras acciones, promoviendo la integridad, la transparencia y el cumplimiento de la ley. Nos regimos por las normas vigentes en Argentina, los estándares y mejores prácticas internacionales y por los valores del Pacto Global de las Naciones Unidas y sus principios de derechos humanos, trabajo digno, medio ambiente y anticorrupción, contribuyendo así a la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. También nos basamos en el Código de Ética de SMS Latinoamérica y del *International Ethics Standards for Board Accountants* (IESBA).

Nuestras profesiones tienen un impacto social que supera al de la mayoría de las demás profesiones liberales. El hecho de ser constructores de la confianza pública pone sobre nuestros hombros la gran responsabilidad de dar tranquilidad a los usuarios de la información financiera sobre la realidad de la información de la que opinamos.

Esta es tal vez la función que exige un mayor nivel de compromiso ético. No podemos desconocer que los servicios que ofrece nuestra firma exigen el mayor nivel profesional y el máximo compromiso con los principios éticos y los valores de Integria Consulting y de la Red SMS Latinoamérica.

Toda la actuación de nuestra firma debe estar impregnada por estos dos elementos clave, de tal suerte que nuestros clientes, los supervisores, reguladores y colegas puedan vernos como un ejemplo de transparencia, honestidad, calidad, responsabilidad e integridad.

Esta Política de Ética de Integria Consulting está alineada con la misma Política de SMS Latinoamérica, fue desarrollada por el nuestro Directorio y Comité Central de Control de Calidad de SMS Latinoamérica, ciñéndose a los valores de la Red y a los principios internacionales, consolidando la cultura ética que rige a las Firmas profesionales independientes integrantes de la Red; su contenido está de acuerdo con el Código Internacional de Ética para Profesionales de la Contabilidad emitido por la Federación Internacional de Contadores (IFAC, por sus siglas en inglés) y es una guía de conducta de observancia obligatoria generadora de confianza en el actuar profesional entre todos nosotros y con terceros relacionados.

La Política de Ética de Integria Consulting y de SMS Latinoamérica, es el resultado de una profunda investigación sobre las culturas y los hábitos de hacer negocios en la región, cuyos resultados se han adaptado a las normas éticas de IFAC y a los códigos de ética que rigen en cada uno de los países donde operamos, que son los instrumentos esenciales de cada práctica profesional. La Política de Ética de Integria Consulting, es de observancia obligatoria para todos los socios y todo el personal profesional de la firma integrante, quienes deben aplicarlo sin excepción durante su desempeño cotidiano.

2. ESTRUCTURA DE LA RED SMS LATINOAMÉRICA.

SMS LATINOAMÉRICA es una organización integrada por firmas profesionales independientes de contadores públicos, que comparten tecnología de avanzada para brindar los mejores servicios profesionales a sus clientes.

Somos la única organización profesional en el continente que acredita valores latinoamericanos para servir a todas las empresas del mundo que radiquen sus operaciones en los países de la región y facilitar la expansión de las empresas latinoamericanas para su inserción internacional.

SMS LATINOAMÉRICA es una red de firmas profesionales cuyos integrantes son entidades legales separadas, autónomas e independientes operando bajo su nombre particular e identificándose como integrantes de SMS LATINOAMÉRICA.

Cada una de las firmas integrantes actúa en un área geográfica específica y brinda servicios profesionales del país o países en los que actúa. En Integria Consulting, como parte de la red SMS LATINOAMÉRICA trabajamos siguiendo los más estrictos controles de calidad, porque somos integrantes del Forum of Firms, comité de la Federación Internacional de Contadores (IFAC, por sus siglas en inglés), que incorpora exclusivamente a firmas de reconocida calidad técnica que aplican la Norma Internacional de Control de Calidad (ISQC1) y que promueven el uso de las Normas Internacionales de Auditoría (NIA).

SMS LATINOAMÉRICA, con sede central de Buenos Aires Argentina, tiene presencia en 22 países de Latinoamérica y del Caribe, está conformada por más de 60 firmas integrantes y ubicada entre las 10 más grandes firmas internacionales de Latinoamérica, de acuerdo con el *International Accounting Bulletin*.

3. VALORES Y PRINCIPIOS ÉTICOS.

3.1. Los valores y principios de Integria Consulting, de la red SMS Latinoamérica y de IESBA.

En Integria Consulting, nuestros valores son el fundamento de nuestra cultura corporativa y guían cada decisión y acción que tomamos.

Hay dos elementos que relacionan la ética y la moral: la conducta y el concepto del bien y del mal. Esto parecería hacer que ambos conceptos sean lo mismo. Sin embargo, los expertos

Referencia y clasificación: Política ICSA02- Pública

coinciden en que hay unas diferencias que hacen que se trate de dos conceptos relacionados pero distintos.

En general, la moral se ha construido a partir del sentir colectivo del bien y del mal, por lo cual puede variar de sociedad a sociedad. La ética trata de construir principios universales que sean aplicables bajo cualquier cultura, porque parten del deber ser racional.

En este entendimiento, los requerimientos éticos, al volverse obligatorios bajo determinadas circunstancias, como sucede con la profesión de contador público o de abogado, buscan elevar el comportamiento de las personas en bien de la sociedad.

Por esta razón, las normas éticas profesionales parten de principios, o pilares que pretenden ser universales y que buscan garantizar que el comportamiento profesional del contador público y del abogado sea de la más alta calidad para garantizar la confianza pública. En línea con los requerimientos éticos exigidos por el Código de Ética del IESBA, la Red, mediante esta política, establece la forma como aplicará los principios éticos y los procedimientos específicos de comportamiento ético de acuerdo con las actividades que desarrolla

Esta política se basa en los valores de nuestra organización y, por lo tanto, no es una serie de principios impuestos obligatoriamente desde su Directorio, sino que es el fruto de la convicción de cada uno de sus integrantes, cualquiera sea su nivel de responsabilidad o jerarquía.

(i) Excelencia profesional y académica: Nos comprometemos a ofrecer servicios con el más alto nivel técnico y ético, respaldados por formación continua y actualización permanente. La excelencia académica es la base para generar soluciones innovadoras y confiables.

(ii) Integridad, honor e independencia: Actuamos con transparencia y rectitud en todas nuestras decisiones, preservando la independencia profesional frente a cualquier conflicto de interés. La libertad de pensamiento y acción se ejerce siempre dentro del marco ético y legal.

(iii) Trabajo en equipo: Fomentamos la colaboración entre áreas y profesionales para potenciar el talento colectivo y alcanzar objetivos comunes. Creemos que la diversidad de perspectivas enriquece las soluciones y fortalece la organización.

(iv) Resiliencia: Enfrentamos los desafíos con actitud positiva y capacidad de recuperación, adaptándonos a contextos cambiantes sin perder el rumbo estratégico. Cada dificultad se convierte en una oportunidad de aprendizaje y mejora.

(v) Adaptación al cambio: Promovemos la flexibilidad y la innovación para responder a las transformaciones del mercado y la tecnología. La capacidad de evolucionar es clave para mantener la competitividad y la relevancia.

(vi) Respeto por la diversidad, la historia regional y por el medioambiente: Valoramos la pluralidad cultural y la riqueza histórica de nuestra región, integrándolas en nuestra forma de trabajar. Actuamos con responsabilidad ambiental, buscando prácticas sostenibles en cada proceso.

(vii) Cumplimiento y respeto por las normas éticas y legales tanto a nivel corporativo como individual: Garantizamos que todas nuestras acciones se ajusten a los marcos normativos

Referencia y clasificación: Política ICSA02- Pública

y principios éticos vigentes. La conducta íntegra de cada integrante refuerza la credibilidad y confianza en la firma.

(viii) Prestigio profesional de la firma y de sus integrantes: Trabajamos para consolidar una reputación basada en calidad, ética y resultados. Cada profesional es embajador de la excelencia y el compromiso que nos distingue en el mercado.

(ix) Empatía: Escuchamos y comprendemos las necesidades de nuestros clientes, colegas y comunidades, actuando con sensibilidad y respeto. La empatía fortalece relaciones duraderas y soluciones más humanas.

(x) Uso ético y responsable de nuevas tecnologías y herramientas: Adoptamos la innovación tecnológica con criterios de seguridad, privacidad y responsabilidad social. Nuestro objetivo es que la tecnología potencie el valor agregado sin comprometer principios éticos.

(xi) Ser socios del negocio de nuestros clientes: Nos involucramos en la estrategia y objetivos de cada cliente, aportando soluciones que generen impacto real y sostenible. Actuamos como aliados estratégicos, no solo como proveedores de servicios.

(xii) Orgullo: Sentimos orgullo por nuestra identidad, nuestra historia, nuestra jerarquía profesional y ser parte de una prestigiosa Red Internacional de profesionales de excelencia y el impacto positivo que generamos en nuestros clientes y comunidades. Este valor nos impulsa a mantener altos estándares y a celebrar cada logro como parte de un proyecto colectivo. Somos socios de SMS LATINOAMÉRICA y, en tal carácter, suscribimos a todos los valores y lineamientos éticos de la Red los cuales hacemos nuestros en todas las dimensiones de nuestros planes de negocio y estratégicos.

(xiii) Compromiso con la Red: Defender el prestigio de la firma regional, de sus firmas integrantes y de todos los profesionales que la integran.

(xiv) Objetividad: Ser imparcial y expresar la realidad tal cual es; evitar conflictos de interés o influencias de terceros que afecten el juicio profesional.

3.2. Cómo aplicamos nuestros principios éticos.

La ética profesional consiste en un conjunto de normas y valores que rigen el actuar de todos los integrantes de la red SMS LATINOAMÉRICA, incluyendo a Integria Consulting y su personal, con base en nuestros principios fundamentales de ética, los cuales llevamos a cabo mediante las siguientes acciones:

- Basar la actividad en un firme respeto hacia el individuo, fundamento esencial de toda organización;
- Liderar el trabajo profesional en la región que hemos definido como nuestra incumbencia.
- Prestar el servicio profesional con los mejores estándares de calidad.

Referencia y clasificación: Política ICSA02- Pública

- Invertir los máximos esfuerzos para lograr el equipo profesional de mejor nivel académico y bajo un exhaustivo entrenamiento permanente.
- Priorizar la acción profesional antes que cualquier otro objetivo económico.
- Respetar las normas éticas y legales en cada una de las acciones individuales o grupales, tanto en el nivel profesional como personal.
- Defender la biodiversidad, las raíces étnicas, los lazos lingüísticos y la historia regional.
- Hacer del honor, la integridad, la independencia y la libertad, las insignias de cada uno de los integrantes de la organización.
- Promover el profesionalismo, la autonomía, la ética y el respeto del medio ambiente en todos los aspectos.
- Defender el prestigio de la firma regional, de sus firmas integrantes y de todos los profesionales que la integran.

3.3. Cumplimiento de leyes y regulaciones aplicables a los servicios de nuestra firma.

Integria Consulting, como Firma corresponsal de SMS LATINOAMÉRICA tiene la responsabilidad de dar cumplimiento a las leyes y regulaciones vigentes que existan en cada país, respecto a la forma en que se deben tratar los actos cometidos por:

- Un cliente;
- Los encargados del gobierno corporativo de un cliente;
- La administración de un cliente; y
- Otras personas que trabajan para o bajo la dirección de un cliente y que sean contrarios a las leyes y regulaciones que tratan sobre:
 - Fraude, corrupción y soborno;
 - Lavado de dinero, financiamiento al terrorismo y ganancias del crimen;
 - Mercados de valores y comercios;
 - Banca y otros productos y servicios financieros;
 - Protección de datos;
 - Pasivos y pagos de impuestos y pensiones;
 - Protección ambiental;
 - Salud y seguridad públicas.

3.4. Amenazas a la ética en nuestro portfolio de servicios. Salvaguardas y medidas preventivas.

Integria Consulting desarrolla un análisis de la relación entre amenazas y salvaguardas, considerando la composición de su portafolio. Esta revisión se efectúa cada año y se actualiza con situaciones nuevas que ocurran con los clientes actuales o con los nuevos que se incorporen durante el tiempo.

Para cada encargo debe hacerse esta evaluación y dejar evidencia de ella en el archivo correspondiente del encargo. En relación con la independencia, relacionamos a continuación los aspectos mínimos sobre los cuales se deberá evaluar la afectación de los principios fundamentales:

- Intereses financieros.
- Préstamos y avales.
- Relaciones empresariales.
- Relaciones familiares y personales.
- Relaciones laborales previas con la firma de personal del cliente.
- Relaciones previas laborales o de servicios de personal de la firma con personal del cliente.
- Significatividad de los honorarios del cliente.
- Honorarios en mora significativa.
- Honorarios contingentes.
- Retribución al personal basada en ventas.
- Aceptación de regalos e invitaciones.
- Litigios o amenazas de litigios contra la firma.

La evaluación de las amenazas a la ética en nuestro portafolio de servicios implica la necesidad de determinar salvaguardas, tales como:

- Cambio de encargado del trabajo.
- Cesión del trabajo a otro colega.
- No aceptación o renuncia al encargo.
- Citación de la asamblea de accionistas, si está entre las facultades legales.
- Reporte a órganos del Estado.
- Revisión por otro integrante del equipo.

Una amenaza puede ser tratada eliminando las circunstancias que la originan. Sin embargo, existen algunas situaciones en las cuales solo puede hacerse frente a las amenazas rehusando o finalizando la actividad profesional específica. Esto debido a que las circunstancias que originaron la amenaza no se pueden eliminar y las salvaguardas no pueden reducirla a un nivel aceptable

4. POLÍTICAS ESPECÍFICAS. SERVICIOS PRINCIPALES SOMETIDOS A LA REGULACIÓN ÉTICA.

4.1. Prestación de servicios.

Si Integria Consulting, como firma corresponsal de SMS LATINOAMÉRICA es contratada para realizar una auditoría, un informe de cumplimiento o una Revisión externa Independiente en sus ámbitos y áreas de incumbencia y tiene o toma conocimiento de información concerniente a un incumplimiento o sospecha de incumplimiento, deberá obtener un conocimiento del asunto. Este conocimiento debe incluir la naturaleza del incumplimiento o sospecha y las circunstancias en las que ha ocurrido o podría ocurrir.

Si la firma es contratada para proporcionar un servicio profesional de consultoría o de asesoramiento legal y tiene conocimiento de información relativa a un caso de incumplimiento o sospecha de incumplimiento, debe tratar de obtener un conocimiento del asunto, incluyendo la naturaleza del acto y las circunstancias en que se ha producido o podría estar a punto de ocurrir.

Dependiendo de la naturaleza e importancia del asunto, podría consultarse de forma confidencial con otros integrantes de la Red, con una firma de la red, con un organismo profesional o con un asesor legal

4.2. Política de aceptación y continuidad de relaciones con clientes y encargos específicos.

4.2.1. Aceptación y continuidad.

Integria Consulting aceptará encargos nuevos o continuará con encargos y relaciones con clientes existentes solo cuando tenga la capacidad para hacerlo, incluyendo tiempo y recursos, y pueda cumplir con los requerimientos éticos, haya tenido en cuenta la integridad del cliente (potencial) y no cuente con información que le permita concluir que el cliente (potencial) carece de integridad.

El socio del encargo deberá aprobar la aceptación o continuidad del encargo, de conformidad con las políticas y procedimientos de la firma, y dicha aprobación deberá ser documentada bajo los formularios de los Anexos I y II del presente Código.

Al respecto, ha de señalarse que el alcance de la información y documentación que ha de recabarse en el marco de la debida diligencia de clientes mencionada tendrá que ver con la naturaleza y alcance del encargo profesional de que se trate, distinguiendo esencialmente si se trata de informes de aseguramiento de cualquier clase o si se trata de servicios de consultoría y asesoramiento legal.

4.2.2. Evaluación de nuevos clientes potenciales.

Antes de presentar cualquier propuesta a un cliente, se debe realizar y documentar una evaluación y obtener la correspondiente aprobación autorizada.

El proceso de evaluación podrá incluir:

- Una evaluación de los riesgos asociados al cliente; e
- Indagaciones entre el personal u otros (incluyendo la firma predecesora).
- Revisión de políticas y procedimientos en materia regulatoria, de prevención de lavado, de integridad y anticorrupción y auditorías con las que el potencial cliente cuente al momento de realizar el encargo a Integria Consulting.

No se presentará una propuesta si Integria Consulting no ha obtenido por lo menos la siguiente información del cliente potencial: Identificación y datos generales (tipo de entidad; identificación; fecha de constitución; si es subsidiaria, origen de la matriz; si es matriz, ubicación

de las subsidiarias; objeto social; participación en entidades no controladas; participaciones conjuntas; dirección, teléfono y correo electrónico; órganos de administración superiores a la gerencia general; entes supervisores estatales; firmas externas como auditores; indicar si la entidad se encuentra en concurso de acreedores, reestructuración empresarial, disolución, fusión, escisión o cualquier otra circunstancia societaria especial). Información sobre personal (régimen laboral público o privado; número estimado de empleados directos; estructura del área de cumplimiento; existencia de sumarios administrativos o inspecciones regulatorias en curso y cualquier otra información que pueda resultar relevante para entender el *character* del cliente potencial.

La firma también puede llevar a cabo la búsqueda de antecedentes, mediante, por ejemplo, la utilización de información disponible en internet. En el Anexo III se documenta una guía que se sugiere utilizar al momento de evaluar a un potencial nuevo cliente.

Esta guía no es de carácter obligatorio, pero en todo caso, la firma deberá dejar constancia escrita del soporte de la evaluación efectuada antes de presentar una propuesta de servicios.

Una vez que se haya tomado la determinación de aceptar un cliente nuevo, la firma deberá cumplir con los requerimientos de ética aplicables y elaborar una carta de encargo que el cliente nuevo debe firmar. (todos los documentos indicados en esta política se encuentran disponibles en la Intranet “MI SMS – Integria”).

4.3.3. Revisión de continuidad con clientes actuales.

Tratándose de encargos recurrentes, se debe documentar la revisión de su continuidad para determinar si es adecuado seguir prestándole servicios, con base en el encargo anterior y la planificación del encargo siguiente.

4.3.4. Aceptación de clientes nuevos y de continuidad con clientes actuales.

El socio del encargo no deberá aprobar la aceptación de un nuevo cliente ni la continuidad de un cliente existente, sin el acuerdo escrito de otro socio, si se ha identificado cualquier riesgo elevado como resultado de considerar lo siguiente:

- Si los socios y los empleados son suficientemente competentes, o pueden llegar a serlo razonablemente, para llevar a cabo el encargo (esto debe incluir conocimiento de la industria y el asunto objeto del servicio y experiencia con los requerimientos regulatorios o de emisión de informes y de asesoramientos, así como de la implementación de las soluciones que el cliente solicite);
- Contar con los expertos que puedan necesitarse;
- Identificación y disponibilidad de la persona asignada para llevar a cabo la revisión de control de calidad del encargo (si fuera necesario);
- Cualquier propuesta de usar el trabajo de otro consultor (incluyendo la colaboración que pudiera precisarse de otras oficinas de la firma o firmas de auditoría de la Red SMS Latam);

- Capacidad para cumplir con las fechas límite para presentar los entregables consensuados con el cliente;
- Si hubiera conflictos de intereses reales o potenciales;
- Si se aplicaron, o si pueden aplicarse, salvaguardas contra las amenazas identificadas y pueden mantenerse dichas salvaguardas para reducir las amenazas a un nivel aceptable;
- La calidad de la dirección del cliente, así como de los encargados del gobierno de la entidad y de quienes controlan o ejercen influencia significativa sobre la entidad, incluyendo su integridad, competencia, y reputación en el mercado (así como la existencia de publicidad negativa en torno a la organización), junto con la experiencia actual y pasada de la firma;
- La actitud de estas personas o grupos respecto a un entorno de control interno y sus puntos de vista sobre la interpretación agresiva o inadecuada de las normas aplicables a su actividad;
- La naturaleza de las operaciones de la entidad, incluyendo sus actividades de negocio y la salud regulatoria de la organización;
- Si el cliente presiona a la firma para mantener las horas facturables (honorarios facturados) a un nivel indebidamente bajo; y
- Si hay indicios de participación en algún delito.

Si se identifican riesgos significativos asociados al cliente o al encargo, el asunto requerirá la aprobación formal de un Socio Director y la firma debe documentar la forma como resolvió los asuntos.

Si, después de aceptar o continuar un encargo, la firma recibe información que, de haberla conocido con anterioridad, hubiera rehusado llevar a cabo el encargo, debe considerar si continúa con el encargo y, por lo general, buscar asesoría legal en cuanto a su posición y opciones para asegurarse de que cumple con todos los requerimientos profesionales, reglamentarios y legales pertinentes.

4.3.5. Renuncia a un encargo o a la relación con un cliente.

Se deberá seguir el proceso descrito a continuación al considerar la renuncia a un encargo o a la relación con un cliente:

- (i) Un Socio de Integria Consulting deberá reunirse con la Dirección del cliente y con las personas encargadas del gobierno de la entidad para discutir las medidas que se podrían tomar, teniendo en cuenta los hechos y circunstancias pertinentes;
- (ii) Si la renuncia se considera adecuada, la firma documentará los asuntos significativos que provocaron la renuncia, incluyendo los resultados de cualesquiera consultas realizadas, las conclusiones a las que se llegó y la base de ellas. La firma también tendrá en cuenta si tiene alguna obligación profesional, reglamentaria o legal de informar a cualquier autoridad pertinente sobre la renuncia a un encargo o sobre el conocimiento de un posible delito.

(iii) Si existen requerimientos profesionales, reglamentarios o legales que obliguen a la firma a continuar el encargo, deben documentarse las razones para la continuidad, incluyendo la consideración de consultar al asesor legal.

4.3.6. Conflictos de interés.

Los conflictos de interés dan origen a amenazas al cumplimiento del principio fundamental de objetividad y al cumplimiento y realización general de nuestros valores y pueden crear amenazas al cumplimiento de los otros principios fundamentales de SMS LATINOAMÉRICA, red de firmas de la cual Integria Consulting forma parte en carácter de corresponsal.

Dichas amenazas pueden surgir cuando:

- Se proporciona un servicio profesional relacionado con un asunto en particular para dos o más clientes cuyos intereses con respecto a ese asunto están en conflicto.
- Los intereses de un integrante de las firmas de la Red con respecto a un asunto en particular y los intereses del cliente a quien se presta un servicio profesional relacionado con ese asunto están en conflicto. Los integrantes de las firmas de la Red no deben permitir que cualquier conflicto de interés comprometa el juicio profesional o de negocios

Antes de aceptar un nuevo cliente, encargo o relación de negocios, Integria Consulting debe tomar medidas razonables para identificar circunstancias que puedan crear un conflicto de interés y, por lo tanto, una amenaza al cumplimiento de uno o más de los principios fundamentales de ética, incluyendo la identificación de:

- La naturaleza de los intereses y relaciones relevantes entre las partes involucradas; y
- El servicio y su implicación para las partes involucradas.

Para que la identificación de conflictos de interés existentes o potenciales se realice de manera eficaz, es importante tener en cuenta los siguientes factores:

- Naturaleza de los servicios profesionales que se prestan;
- Tamaño de la firma;
- Tamaño y naturaleza de los clientes;
- Estructura de la firma, como número de oficinas y localización geográfica.

Cuanto antes se identifique un conflicto de interés, existente o potencial, mayor será la probabilidad de poder enfrentar las amenazas que pudiera originar. Por tal motivo es importante estar atentos a los cambios que se produzcan a lo largo del tiempo en la naturaleza de los servicios, intereses o relaciones que podrían originar un conflicto de interés en la realización del encargo.

El personal de Integria Consulting debe ejercer su juicio profesional para determinar si la naturaleza e importancia de un conflicto de interés son tales, que la revelación específica y el consentimiento explícito son necesarios al responder a la amenaza originada.

4.3.7. De los conflictos éticos.

El enfoque que Integria Consulting, firma corresponsal de la Red SMS LATINOAMÉRICA debe aplicar para ayudar a cumplir los principios fundamentales de ética, es:

a) Integridad: no asociarse conscientemente con informes, declaraciones, comunicaciones u otra información que considere que:

- Contiene una afirmación materialmente falsa o que induce a error;
- Contiene afirmaciones o información proporcionada de forma irresponsable; o
- Causa confusión o error por omitir u ocultar la información requerida (hechos, datos o circunstancias).

b) Objetividad: no realizar una actividad profesional si una circunstancia o una relación influyen indebidamente en el juicio profesional con relación a dicha actividad.

d) Confidencialidad: el personal que forma parte de Integria Consulting y de las firmas integrantes de la Red SMS Latam, deberá:

- Estar atento a la posibilidad de una divulgación inadvertida, incluso en un entorno no laboral, y en particular a un socio cercano o a un familiar próximo o a un integrante de su familia inmediata;
- Mantener la confidencialidad de la información dentro de la firma;
- Mantener la confidencialidad de la información revelada por un potencial cliente;
- No divulgar información confidencial obtenida como resultado de relaciones profesionales y de negocios fuera de la firma, salvo que medie una autorización adecuada y específica o que exista un deber o derecho legal o profesional para su revelación;
- No utilizar información confidencial obtenida como resultado de relaciones profesionales y de negocios, en beneficio propio o de terceros;
- No usar ni divulgar ninguna información confidencial, ya sea obtenida o recibida como resultado de una relación profesional o de negocios, después de que esa relación haya finalizado; y
- Tomar las medidas razonables para asegurarse de que el personal bajo su dirección y las personas que reciben asesoramiento y asistencia, respeten el principio de confidencialidad.

e) Comportamiento profesional: cumplir con las leyes y regulaciones aplicables y evitar cualquier conducta que se sabe, o se debería saber, que podría desacreditar a la profesión. No involucrarse en ningún negocio, ocupación o actividad que perjudique o podría perjudicar la integridad, la objetividad o la buena reputación de la profesión y que, como resultado, sería incompatible con los principios fundamentales. Lo anterior contribuirá a identificar los conflictos éticos que pudieran presentarse durante el cumplimiento de los principios fundamentales. Los socios y colaboradores de Integria Consulting tienen terminantemente prohibido realizar negocios por fuera de la prestación de los servicios de la firma que involucren a clientes actuales de la misma o a empresas que hayan revestido la condición de cliente en los últimos dos (2) años inmediatos anteriores.

Integria adopta el *Conceptual Framework* del IESBA Code: identificar, evaluar y afrontar amenazas a los principios (integridad, objetividad, competencia y/o diligencia, confidencialidad, comportamiento profesional). Se reconocen las actualizaciones 2024/2025: definición ampliada de PIE y cambios vinculados (independencia, rotaciones), provisiones tecnológicas (aplicables a preparación y presentación de información y a independencia), *tax planning* (vigente desde junio 2025), y revisiones sobre *external experts* y *sustainability assurance*. La firma se alinea a estos cambios y los incorpora en capacitación y controles.

4.3.8. De la fijación de honorarios.

Nuestros honorarios serán establecidos considerando la tarifa por hora aplicable según el nivel profesional requerido por el trabajo. No fijaremos nuestros honorarios ofreciendo servicios por un costo inferior al de nuestros colegas con el único ánimo de lograr el cliente.

Tampoco aceptaremos clientes que nos impidan cubrir nuestros costos inicialmente calculados y/o nos impidan cumplir la cobertura requerida por nuestra evaluación del riesgo. Integria Consulting podrá reconocer incentivos comerciales, siempre y cuando se cumplan las siguientes condiciones:

- El pago no sea a un funcionario de la entidad a la que se le van a prestar los servicios.
- El pago sea hecho de manera oficial, contra factura por comisiones y con el cobro de los impuestos a que haya lugar.
- El pago no ponga a la firma en condiciones tales que constituya un peligro para el punto de equilibrio del contrato.
- El pago no esté prohibido por alguna norma legal local o por las normas éticas profesionales del país.

Debe diferenciarse claramente un incentivo comercial de un eventual soborno, así se disfraza como una “comisión de éxito” o una “comisión por referencia”. Si el pago está dirigido a un funcionario de una entidad que tenga la capacidad de decidir la contratación o a un tercero que lo compartirá con algún funcionario de la entidad a la que se espera prestar el servicio, se considera un soborno. Esta práctica está prohibida para los miembros de la Red SMS Latam.

4.3.9. Política de publicidad y promoción.

Integria Consulting no ofrecerá publicidad sobre servicios que no esté en condiciones de prestar. Su publicidad se hará en medios especializados y con apego a la realidad de su estructura y sus servicios. No ofrecerá descuentos o promociones especiales de manera genérica con el fin de atraer clientes. Sin embargo, buscará la forma más eficaz, pero veraz, de dar a conocer los servicios de la firma y de la Red SMS Latam, teniendo siempre presente que la mejor herramienta de venta será un cliente satisfecho.

4.3.10. Aceptación de regalos e invitaciones.

Las firmas integrantes de la Red, como una salvaguarda para la propia firma y sus socios, no aceptarán invitaciones sociales de sus clientes durante un proceso de informe de cumplimiento o de una Revisión externa Independiente hasta que se emita el informe o discuta la opinión.

Tampoco aceptarán ni ofrecerán en ninguno de sus servicios regalos o incentivos de ninguna naturaleza. Se permiten elementos promocionales de los clientes o tarjetas de felicitación, pero no elementos que puedan tener un valor superior a USD 50. En un caso particular, exceder la suma indicada deberá ser aprobado por los socios de la firma. Si es necesario realizar un almuerzo de trabajo con algún cliente, nunca asistirá un solo representante de la firma. Si el cliente no acepta esta condición, la reunión deberá efectuarse en las oficinas del cliente o de la firma.

4.3.11. Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo (PLA/FT)

En Integria Consulting se desempeñan – principalmente – abogados y contadores. Cuando, bajo los supuestos normativos vigentes y las políticas internas en la materia, corresponda, los profesionales de la Firma y la propia Firma han de cumplir con las obligaciones centrales de este sistema:

- **Identificación y Reporte:** Todos los empleados están capacitados para identificar transacciones sospechosas y reportarlas al oficial de cumplimiento de manera inmediata, cumpliendo con la Ley 27.401 y las directrices de la Unidad de Información Financiera (UIF).
- **Formación y Capacitación:** Ofrecemos formación regular sobre prevención de lavado de activos y financiamiento del terrorismo para asegurar que todos los colaboradores estén actualizados con las mejores prácticas y regulaciones vigentes.

4.3.12. Anticorrupción.

En Integria Consulting, estamos comprometidos con la transparencia y la ética en todas nuestras interacciones con terceros, alineado con los valores indicados en este Código:

- **Prohibición de Sobornos y Corrupción:** No toleramos ningún tipo de soborno, corrupción o prácticas indebidas, incluyendo tráfico de influencias. No se permite, bajo ningún punto de vista, el ofrecimiento ni la aceptación de sobornos, regalos indebidos o beneficios impropios para obtener o retener negocios.
- **Política de Regalos y hospitalidades:** El intercambio de obsequios sociales o comerciales, tales como presentes, comidas y beneficios, es una forma habitual de fomentar la interacción social y desarrollar las relaciones comerciales. Los socios y colaboradores de Integria Consulting deben utilizar el sentido común y su buen juicio en el intercambio ocasional de presentes o beneficios habituales y razonables. Los obsequios comerciales no deberán condicionar la contratación de los productos y servicios de Integria Consulting u otorgar a nuestra firma un trato preferencial. Los empleados de Integria Consulting no pueden ofrecer, dar ni recibir regalos, favores o

hospitalidades que puedan influir indebidamente en una decisión de negocio propia o de un cliente. Establecemos un límite de 50 USD para regalos y hospitalidades en circunstancias específicas – como regalos de fin de año o invitaciones a eventos –, alineado con nuestras políticas internas y la normativa vigente, así como con las mejores prácticas internacionales.

Por otro lado, no aceptamos ni hacemos regalos u otras atenciones a funcionarios públicos, independientemente del monto o el contexto. Las reuniones de cualquier índole con Funcionarios Públicos deben ser aprobadas por los Socios de la firma y serán registradas internamente indicando fecha, funcionario, lugar y motivo de la reunión. Nunca asistirá a esas reuniones un solo miembro de la Firma, debiendo encontrarse siempre como mínimo, un Socio. El incumplimiento a esta regla será causal de aplicación de las sanciones que se definen en este Código.

- **Inducements (Regalos y Hospitalidades) – Marco IESBA:** Integria adopta las revisiones del IESBA sobre *inducements*: toda oferta/aceptación de regalo, hospitalidad o beneficio debe evaluarse con el “*intent test*” (prohibido si hay intención real o percibida de influir indebidamente) y bajo el conceptual *framework* (identificar amenazas, aplicar salvaguardas, o no realizar la actividad si el riesgo no se reduce a nivel aceptable). Para el sector público, rige prohibición reforzada: se restringen regalos/hospitalidades según lo definido en este código. Los registros y controles son obligatorios.
- **Respuesta ante NOCLAR (IESBA):** Ante indicios de NOCLAR, el equipo debe: (i) comprender el asunto y su materialidad; (ii) elevar a Socios/Comité y opinión legal interna cuando corresponda; (iii) instar a la administración/encargados del gobierno del cliente a rectificar/detener el acto y mitigar consecuencias; (iv) documentar integralmente el proceso; y (v) considerar deberes y derechos de revelación a autoridades, según la ley vigente en el país del hecho. El interés público guía la decisión.

4.3.13. Ética y Confidencialidad.

En Integria Consulting, nos comprometemos a proteger la confidencialidad y la privacidad de la información:

- **Confidencialidad:** Todos los colaboradores deben proteger la información confidencial de la firma, clientes y terceros. No se debe divulgar información confidencial sin la autorización correspondiente, ni utilizarla en beneficio personal o de terceros.
- **Conducta Personal:** Esperamos que todos los empleados mantengan altos estándares de conducta personal y profesional, evitando cualquier conflicto de interés real o percibido en sus relaciones laborales y personales. El trato interno entre los colaboradores y miembros de nuestra firma, como con terceros, clientes, proveedores y demás stakeholders, debe ser siempre considerado y respetuoso, buscando en todo momento que las personas que interactúan con nosotros se sientan cómodas y respetadas, aún en situaciones de negociaciones o de gestión de conflictos.

4.3.14. Denuncias y Canales de Comunicación

En Integria Consulting, fomentamos un entorno donde la ética y la transparencia sean fundamentales. También donde se entienda que el comportamiento honrado, ético, honesto y la buena fe, es una responsabilidad colectiva y donde todos tenemos algo para decir y aportar.

- **Procedimientos de Denuncia:** Ofrecemos canales seguros y confidenciales para que los empleados y terceros puedan reportar violaciones éticas, actos de corrupción o incumplimientos de la ley. Todas las denuncias se manejan de manera confidencial y se investigan de forma imparcial. Cualquier incumplimiento a este Código y a los lineamientos generales de conducta y comportamiento aquí establecidos, pueden ser reportados al equipo de Talento: equipo@integria.pro quienes le permitirán al denunciante hacer seguimiento hasta su Resolución del proceso de investigación interna.
- **Investigación y Respuesta:** De ser necesario, realizamos investigaciones exhaustivas y justas ante cualquier denuncia recibida. Tomamos las medidas correctivas necesarias para abordar cualquier infracción encontrada, garantizando la equidad y el cumplimiento de los procedimientos establecidos. Ningún empleado, colaborador o tercero sufrirá represalias de cualquier tipo por realizar una denuncia por contravenciones a este Código.

4.3.14. Del relacionamiento con el sector público (Gobiernos, Reguladores y Entidades Estatales).

(i) **Ámbito:** Este apartado regula toda interacción de Integria Consulting S.A. con funcionarios y entidades del sector público (ministerios, secretarías, bancos centrales, reguladores, empresas públicas, organismos de control y justicia), incluyendo reuniones, presentaciones técnicas, consultas públicas, procesos de contratación y participación en foros.

(ii) **Principios.** Toda interacción se rige por: integridad, objetividad, independencia, comportamiento profesional, confidencialidad, y por el marco conceptual del *IESBA Code* para identificar, evaluar y afrontar amenazas éticas (interés propio, autorrevisión, abogacía, familiaridad, intimidación). Cuando existan amenazas, se implementarán salvaguardas (i.e., equipo alternativo, revisión independiente, retirada de la actividad).

Sólo se relacionarán por cualquier causa, en cualquier carácter y siempre que sea en nombre y/o representación de Integria Consulting, cualquiera de sus sociedades vinculadas, controlantes, controladas o de cualquier manera afiliadas y/o de cualquiera de sus clientes, los Socios de la Firma. Podrán hacerlo los demás miembros de la Firma sólo con previa y expresa aprobación del Presidente del Directorio y/o del *Managing Partner*. Nadie más puede aprobar la vinculación formal o informal entre Integria, sus clientes y cualquier empleado o funcionario del sector público.

(iii) **Prohibiciones (anticorrupción/ *inducements*).**

Referencia y clasificación: Política ICSA02- Pública

- Queda prohibido ofrecer, prometer, dar, solicitar o aceptar *inducements* (regalos, hospitalidades, beneficios, donaciones, patrocinios) con intención de influir indebidamente cualquier decisión o conducta de funcionarios públicos o terceros (“*intent test*” del IESBA). También cuando el valor, contexto o frecuencia puedan percibirse como intento de influencia.
- Se prohíben pagos de facilitación, “comisiones” encubiertas o cualquier esquema que encuadre en soborno o tráfico de influencias.
- Regalos y hospitalidades en el contexto público: no permitidos.
- Excepciones únicamente protocolares, de valor nominal y aprobadas por Socios, sin contrapartida esperada ni proximidad a decisiones administrativas/regulatorias y registradas en el sistema de cumplimiento.

(iv) Transparencia y registros.

- Toda reunión con funcionarios o empleados públicos con capacidad de decisión sobre los intereses de la Firma y/o de sus clientes: dos representantes de Integria (al menos un Socio o Gerente), agenda escrita, acta interna (fecha, participantes, motivo, lugar de reunión y conclusiones) y registro en el repositorio de cumplimiento (*SharePoint/Teams*).
- Participación en consultas públicas: se realizan por canales formales y con posturas técnicas sustentadas en evidencia; se evita cualquier abogacía que comprometa la objetividad (amenaza “*advocacy*”).

(v) Contratación pública.

- La participación en licitaciones y/o contratos que vinculen directa o indirectamente al sector público, se rige por legalidad, competencia leal y conflictos de interés declarados; se aplican las salvaguardas del IESBA cuando haya amenazas (p. ej., vínculos previos relevantes, familiaridad, intimidación).
- Se prohíben intermediarios con incentivos condicionados a decisiones de funcionarios. Cualquier intermediación debe ser contractual, transparente y registrada, con verificación previa de integridad.

(vi) Puertas giratorias y empleo de ex-funcionarios.

- Incorporación de ex-funcionarios: evaluar periodos de enfriamiento razonables, limitar participación en asuntos vinculados a su antigua función, y declarar posibles conflictos. Implementar revisión independiente cuando aplique (salvaguarda).

(vii) NOCLAR (*No-Compliance with Laws and Regulations*) en contexto público.

- Si, durante una interacción o servicio, se detecta o sospecha NOCLAR (incumplimiento legal/reglamentario), el equipo debe elevar internamente el asunto, obtener comprensión de hechos y circunstancias y evaluar acciones en interés público conforme

el IESBA NOCLAR (incluye escalamiento, consulta legal y, según normativa aplicable, posible revelación a la autoridad). Se documenta en el canal de denuncias y en el expediente del encargo.

(viii) Contribuciones políticas y patrocinios.

- Integria no realiza aportes políticos ni patrocinios con destino a campañas políticas. Patrocinios institucionales (eventos académicos/regulatorios) se permiten si son transparentes, no condicionados, de bajo riesgo de influencia y con registro.

(ix) Gobernanza y control.

- El Comité de Dirección y Estrategia y Cumplimiento/Ética controlan este apartado; definen formación anual mínima, supervisan registros y auditan interacciones. Cualquier excepción requiere aprobación de Socios y quedará documentada.

5. RÉGIMEN DISCIPLINARIO ASOCIADO A ESTE CÓDIGO.

Las faltas cometidas por el personal de nuestra Firma contra esta Política o contra cualquier política de la Red SMS Latam, tendrán el siguiente tratamiento:

- Reunión con el implicado para explicarle las consecuencias de estas normas y la importancia de acatarlas.
- Determinación de un periodo de prueba para observar la corrección del comportamiento cuestionado.
- En caso de reincidencia, en caso no grave, llamada formal de atención con copia al legajo laboral.
- Si el caso es importante pero no de suprema gravedad, suspensión no remunerada.
- Una tercera violación a estas normas será causal de despido.
- Si el caso lo amerita, deberá reportarse al organismo disciplinario de la profesión.

Este procedimiento disciplinario es incorporado en los contratos que suscriba la firma con sus colaboradores. Los conflictos profesionales de la firma que puedan afectar la imagen de la misma o de la Red SMS Latam, deberán ser tratados por un Socio Director con el Presidente de la Red, quien considerará si es necesario ventilarlos en el Comité de Vigilancia Ética.

6. CAPACITACIÓN Y CUMPLIMIENTO.

En Integria Consulting, promovemos la capacitación continua y el cumplimiento de normativas:

- **Formación Continua:** Todos los empleados reciben formación periódica sobre el código de ética y conducta, así como sobre las políticas específicas relacionadas con la prevención de corrupción y el cumplimiento de la Ley 27.401. Actualizamos regularmente la formación para reflejar cambios en la legislación y las mejores prácticas.

Referencia y clasificación: Política ICSA02- Pública

- **Evaluación de Cumplimiento:** Realizamos evaluaciones periódicas del cumplimiento del código de ética y conducta para asegurar que todas las operaciones estén alineadas con los estándares éticos y legales.
- **Responsabilidad de la Alta Dirección:** La alta dirección de Integria Consulting lidera con el ejemplo, asegurando la implementación efectiva del código de ética y conducta en toda la organización.
- **Revisión Periódica:** Revisamos regularmente este código para asegurar su relevancia y efectividad. Actualizamos el código según cambios en la legislación, directrices de la Oficina Anticorrupción y mejores prácticas internacionales.
- **Módulos mínimos:** IESBA *conceptual framework*; *inducements*; NOCLAR; sector público; anticorrupción; PLA/FT (UIF); protección de datos; reputación/imagen de Red; casos prácticos.

7. MATRIZ OPERATIVA DE REGALOS Y HOSPITALIDADES.

Según lo definido en este Código, se establece la siguiente matriz de regalos y hospitalidades, discriminado por tipo de contraparte:

Contexto	Ejemplo	Acción	Fundamento
Cliente privado, cortesía mínima (<i>merchandising/ coffee</i>)	Obsequio ≤ USD 50	Registrar, aprobar si aplica	Definiciones de este código e <i>intent test</i> (si hay propósito de influir, se prohíbe)
Cliente privado, invitación recurrente	Cena con negociación crítica	Prohibir o aplicar salvaguardas fuertes (equipo alterno, registro, aprobación Socios)	Amenaza de familiaridad/intimidación; aplicar salvaguardas.
Funcionario público	Obsequio/atención	Prohibido (salvo protocolo de valor nominal, con aprobación y registro)	Regla reforzada sector público + <i>inducements</i> IESBA

8. ANEXOS

Se incorporan como anexos a la presente política los formularios de aceptación y continuidad para clientes nuevos, la matriz de aceptación de clientes, de aceptación y continuidad de clientes

22

INTEGRIA CONSULTING

Av. Corrientes 1145, piso 4, Of. 46
C1043AAL Buenos Aires
Argentina
Tel (+54 9 11) 7004-2821
integria@integria.pro
www.integria.pro/

SMS Latinoamérica

Bernardo de Irigoyen 972
C1072AAT Buenos Aires
Argentina
Tel (+54 11) 5275-8000
info@smslatam.com
www.smslatam.com

INTEGRIA CONSULTING es Firma Corresponsal de **SMS Latinoamérica**, una red de Firmas profesionales cuyos integrantes son entidades legales separadas, autónomas e independientes operando bajo su nombre particular e identificándose como integrantes de **SMS Latinoamérica**.

Referencia y clasificación: Política ICSA02- Pública

recurrentes, de evaluación de posibles clientes y el formulario de conflicto de intereses, bajo los términos descriptos en el presente Código.

Asimismo, este Código está alineado en sus definiciones con el Código de Ética de SMS Latinoamérica, el cual también se incorpora por anexión al presente y será de cumplimiento mandatorio para todos los colaboradores e integrantes de Integria Consulting S.A.

Finalmente, se adoptan como anexo de este documento el [IESBA Code](#) (overview/eIS/eCode), [Handbook 2024](#) (PIE/tecnología), el [Handbook 2025](#) (tax planning, external expert, sustainability), el [NOCLAR \(framework y Q&A\)](#) y el documento sobre [Inducements \(final pronouncement\)](#), a los que se puede acceder en cada link y que, antes de firmar la toma de conocimiento del presente, debe ser leído por cada agente.

*

*

*

INTEGRIA CONSULTING

Av. Corrientes 1145, piso 4, Of. 46
C1043AAL Buenos Aires
Argentina
Tel (+54 9 11) 7004-2821
integria@integria.pro
www.integria.pro/

SMS Latinoamérica

Bernardo de Irigoyen 972
C1072AAT Buenos Aires
Argentina
Tel (+54 11) 5275-8000
info@smslatam.com
www.smslatam.com

INTEGRIA CONSULTING es Firma Corresponsal de **SMS Latinoamérica**, una red de Firmas profesionales cuyos integrantes son entidades legales separadas, autónomas e independientes operando bajo su nombre particular e identificándose como integrantes de **SMS Latinoamérica**.