AGENTE DE NEGOCIACIÓN
MATRICULA CNV N° 1350

CÓDIGO DE CONDUCTA

Marzo 2025 - 1ª Versión

Aprobado por Acta de Directorio

de fecha 25 de marzo de 2025

Contenidos

MENSAJE DEL PRESIDENTE 3
FUNDAMENTOS 3
2. NORMAS GENERALES 6
3. NORMAS PARTICULARES 8
4. INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN A LOS CLIENTES 11
5. CONFIDENCIALIDAD 11
6. PREVENCIÓN DEL LAVADO DE ACTIVOS Y FINANCIACIÓN DEL TERRORISMO Y PROLIFERACIÓN DE ARMAS DE DESTRUCCIÓN MASIVA. 13
7. CONTRALOR Y SANCIONES 14
8. CAPACITACIÓN Y EVALUACIÓN 15
9. POLÍTICA AMBIENTAL 15
10. POLÍTICA DE TRANSPARENCIA - AUTOPISTA DE INFORMACIÓN FINANCIERA Y OTROS REGIMENES INFORMATIVOS 16
11. AUDITORÍAS E INSPECCIONES 16
12. LECTURA, CONFORMIDAD Y ACEPTACIÓN 17
GLOSARIO 18

MENSAJE DEL PRESIDENTE

MG ALFA S.A. es un Agente de Negociación registrado en la CNV bajo el número 1350.
Opera con distintas entidades bursátiles para brindar las mejores y más eficientes soluciones para pymes y grandes empresas. De esta forma, a la fecha tiene por objeto, proporcionar de manera habitual y profesional servicios de:

- Administración de carteras de inversión: mediante el asesoramiento global y a medida de cada portfolio - diseñando la estructura patrimonial más adecuada a las necesidades del cliente.
- Mercado de capitales: asesoramiento integral en productos de oferta pública.

La Sociedad reconoce la relevancia de que todos sus miembros actúen con transparencia y conforme a las normativas actuales, así como a los principios éticos tanto profesionales como empresariales dentro del contexto del mercado bursátil. En este marco, el presente Código de Conducta establece los principios, reglas de comportamiento, prohibiciones, procedimientos y recursos que guían las acciones, siendo necesario que todo el personal, directivos y terceros que colaboren con la compañía lo lean, comprendan y apliquen.

MG ALFA tendrá una tolerancia cero ante incumplimientos de los principios de ética, integridad y transparencia y sancionará con proporcionalidad y razonabilidad a la falta cometida, denunciando el hecho ante las autoridades competentes en caso de corresponder. El principal objetivo es que este documento sea útil para continuar avanzando en el ámbito profesional y comercial de todos los que trabajan en y con nuestra empresa, aportando además en la construcción de un sistema financiero más accesible, más justo y más eficaz. MATÍAS AIDENBAUM, Presidente.

FUNDAMENTOS

El presente Código de Conducta (en adelante, el "Código") ha sido confeccionado de conformidad con todas las disposiciones regulatorias actualmente vigentes y aplicables

a MG ALFA especialmente las normas dictadas por la Comisión Nacional de Valores (CNV) y la Unidad de Información Financiera (UIF), y de acuerdo con el universo de valores y principios rectores que guían a la Sociedad. Su objetivo es establecer un marco de referencia para unificar criterios de conducta internos y optimizar las prácticas bursátiles y asegurar el interés social de MG ALFA y el adecuado funcionamiento de su Sistema de Prevención de LA/FT/FP.

Este Código está escrito en un lenguaje claro y entendible para la mayoría de los lectores, siendo accesible para su análisis y comprensión. Su adopción, pleno conocimiento y cumplimiento son de carácter obligatorio para todos los miembros de la Entidad o relacionados con ella (incluyendo accionistas, directores, gerentes, empleados, agentes productores externos, colaboradores, entre otros). En caso de dudas o consultas sobre su aplicación o sobre otros manuales de procedimientos, se debe acudir al Oficial de Cumplimiento. La presente es la primera versión del Código, que ha sido revisado y aprobado el 25 de marzo de 2025 y debidamente aprobado por el Directorio de MG ALFA.

INTRODUCCIÓN

1.1. Ámbito de aplicación. El presente Código es de aplicación a todos los miembros de MG ALFA, incluyendo pero no limitado a los accionistas, miembros de los órganos de administración y fiscalización, empleados, agentes de liquidación y compensación, agentes de negociación, sociedades gerentes, agentes productores y toda otra persona que por cualquier motivo y/o régimen de contratación y/o prestación de servicios pudiere actuar en representación o a través de MG ALFA (en adelante, los "Responsables"), en tanto se encuentren actuando en cumplimiento de sus funciones. Asimismo, los Responsables deberán velar por el cuidado de los conflictos de interés que pudieren surgir indirectamente con personas interpuestas o familiares directos, hasta el segundo grado de consanguinidad o afinidad o sus sociedades vinculadas conforme definiciones de la CNV en la materia. Cuando se trate de terceros con Código propio aplicará el principio de mayor rigor.

1.2. Conocimiento y aplicación del Código. Todos los Responsables tienen la obligación de conocer el íntegro contenido del presente Código, y todos los valores y/o

políticas que de su contenido se desprenden, dar cumplimiento efectivo a todas las políticas, principios y procedimientos que surgen del documento y sus actualizaciones, controlar y colaborar con su aplicación, no pudiendo alegar desconocimiento como justificación por su incumplimiento. A tales fines:

1.2.1. Publicidad. Este Código, y todas las actualizaciones que se le formulen, deberán ser exhibidos en la dirección web institucional de MG ALFA y elevados a la CNV por AIF para conocimiento tanto de los clientes como de los participantes del mercado de capitales.

1.2.2. Difusión. El Directorio de MG ALFA deberá darle debida difusión al presente Código de Conducta y sus futuras actualizaciones, asegurándose que el mismo resulte efectivamente comprendido por todos los Responsables por pruebas de lectura y evaluaciones.

1.2.3. Empleados. Todos los Responsables que inicien relaciones contractuales con MG ALFA recibirán, dentro de los 60 días del inicio, una copia del presente documento y serán capacitados en su contenido y los valores, políticas y procedimientos normados. Deberán además suscribir la Declaración de "Lectura, conformidad y aceptación".

1.2.4. Cadena de comunicación. Cualquier Responsable que tome conocimiento de que se ha incurrido en una posible conducta ilícita y/o contraria al contenido del presente y/o sus actualizaciones, deberá dar detallada e inmediata cuenta de ello por medio fehaciente al Oficial de Cumplimiento PLA/FT/FP, sin perjuicio de la realización de otras medidas y/o comunicaciones utilizando para ello el email matias.aidenbaum@mgalfa.com.ar

1.3. Vigencia. El contenido del presente Código - en esta primera versión - tiene vigencia desde aprobado hasta su modificación y actualización, cuando deberá entrar en vigor la nueva versión.

1.4. Mayor rigor. De aquellas empresas que operan con MG ALFA y poseen un Código propio, se espera que apliquen siempre el principio de mayor rigor entre ambos.

2. NORMAS GENERALES

2.1. Respeto mutuo. Todo los Responsables se deben comportar con honestidad, equidad y respeto en su relación con los demás integrantes de MG ALFA, los clientes y los terceros que interactúan con la compañía.

2.2. Lealtad. Los Responsables deben guardar lealtad a MG ALFA y evitar cualquier tipo de conflictos de interés que involucren clientes, agentes colegas u otros terceros. Un "Conflicto de Interés" se produce cuando los intereses personales del Responsable o los intereses de un tercero compiten con los intereses de MG ALFA. En caso de que por cualquier motivo surjan conflictos de interés, los involucrados deberán inmediatamente comunicarlos a sus superiores jerárquicos o a los órganos societarios cuando así correspondiere, y abstenerse de participar en las deliberaciones y decisiones que traten tales conflictos.

2.3. Cumplimiento de la ley. Los Responsables deben cumplir con las leyes y reglamentaciones en todos los ámbitos en los que MG ALFA desarrolle sus actividades. En caso de dudas sobre la aplicación o el alcance de las normas referidas, deberá requerirse asesoramiento jurídico a los consultores que la compañía disponga.

2.4. Ley de Responsabilidad Penal de las Personas Jurídicas. Los Responsables están informados de los alcances de la Ley N.º 27.401 y por lo tanto deberán poner en inmediato conocimiento sobre cualquier hecho o circunstancia que pudiere hacer incurrir a MG ALFA en responsabilidad; efectuando tal comunicación directamente al Oficial de Cumplimiento.

2.5. Prácticas Corruptas. Está absolutamente prohibida para todos los Responsables la acción de dar, ofrecer, prometer directa o indirectamente y/o recibir cualquier forma de soborno, gratificación o dádiva a funcionarios, empleados o representantes del gobierno nacional, provincial, municipal, de los tres poderes del Estado, o a partidos políticos o a personas o sociedades vinculadas a aquellos, como medio de obtención de algún tipo de beneficio comercial. En caso de que llegare a conocimiento de algún Responsable la comisión de estas acciones deberá poner en

conocimiento al Oficial de Cumplimiento para adoptar las medidas previstas en la Ley N.º 27.401 y evitar extender responsabilidades de cualquier tipo a MG ALFA.

2.6. Igualdad de tratamiento. Los Responsables deben evitar cualquier conducta agraviante y contraria a la ley incluyendo la discriminación en la contratación o el trabajo cotidiano por motivos de raza, color, religión, nacionalidad, género, condición económica, identidad sexual, ideas políticas, edad, ancestros, ciudadanía, estado civil, capacidades físicas diferentes, etc.

2.7. Equidad de género. MG ALFA garantiza que tanto mujeres como hombres reciban el mismo trato y oportunidades de crecimiento en la empresa, con idénticas condiciones y posibilidades, incluyendo las económicas, para quienes ocupen los mismos cargos. Asimismo, garantiza el acceso a programas y beneficios institucionales en forma equitativa para ambos géneros.

2.8. Ambiente de trabajo. Los Responsables deben evitar acciones que generen la provocación o incitación de cualquier tipo de violencia, sea esta física, psicológica o simbólica en su ambiente de trabajo; debiendo abstenerse asimismo de formular cualquier tipo de amenaza, intimidación, agresión, ofensa y/o acoso de cualquier índole. Todos estos casos serán tratados como faltas gravísimas pasibles de despido o sanción similar con independencia de otras responsabilidades judiciales que pudieran caber.

2.9. Sustancias adictivas. Los Responsables deben evitar la difusión, aceptación, comercialización y/o uso de sustancias adictivas en el ámbito de trabajo y fuera de él en espacios públicos cuando se encuentren en cumplimiento de sus funciones como miembros de MG ALFA, lo que podría generar un daño reputacional a la compañía.

2.10. Uso de bienes y servicios de la empresa. Los Responsables debe evitar el uso en forma directa o por interpósita persona de bienes y/o servicios de MG ALFA para su propio beneficio y/o de terceros, salvo que cuenten con la expresa autorización del nivel gerencial correspondiente.

2.11. Aceptación de obsequios y atenciones. Como regla general, los Responsables no tienen permitida la aceptación en forma directa o por interpósita persona de bienes,

servicios, honorarios, préstamos o similares para su beneficio personal, sea que los mismos provengan de persona humanas, organismos o sociedades como condición o resultado de hacer negocios con MG ALFA, en ese momento o en el futuro.

2.12. Entrega de obsequios y/o atenciones. Los Responsables solamente pueden efectuar obsequios y/o atenciones a cargo de MG ALFA a cualquier persona, organismo o sociedad con las cuales se mantengan relaciones comerciales, siempre y cuando se cumplan los siguientes requisitos:

2.12.1. Que no sean en dinero o su equivalente cualquiera fuera el monto.

2.12.2. Que su destinatario directo o indirecto no sea funcionario, agente o empleado público, de cualquier jerarquía y competencia de los tres niveles del Estado y de cualquiera de sus poderes públicos.

2.12.3. Que no sean como condición o resultado de hacer negocios en ese momento o en el futuro.

2.12.4. Que sean razonables en cuanto a producto y precio y de conformidad con las prácticas comerciales como por ejemplo los presentes de fiestas de fin de año o aniversarios.

2.12.5. Que no influyan de manera indebida en el servicio que MG ALFA presta ni signifiquen la obtención de una ventaja por parte del Cliente.

2.12.6. Que no supere el valor de regalos estándar para el bien obsequiado.

2.12.7. Que se encuentren debidamente autorizadas y correctamente registradas en los libros contables correspondientes cuando se realiza una compra de obsequios empresariales de cortesía.

3. NORMAS PARTICULARES

3.1. Publicidad y difusión. La publicidad, promoción y difusión que MG ALFA realice sobre sus servicios, por cualquier medio, no podrá incluir afirmaciones, referencias o descripciones que puedan generar error, confusión o malentendidos en el público acerca de la naturaleza, precio, tarifas, rentabilidad, garantía o cualquier otra característica de los valores negociables u otros instrumentos financieros de los emisores, lo que constituiría una violación directa de las normas de publicidad establecidas para los agentes del mercado autorizados por la CNV. Este punto no aplica a editoriales, notas o

cualquier otra colaboración periodística de los Responsables. En su caso, MG ALFA podrá aclarar su apoyo o acuerdo con las expresiones o declaraciones hechas por el firmante, entendiendo que, en ausencia de tal conformidad, dichas declaraciones son de carácter personal de quien las firma. Tampoco se aplica a la actividad docente ejercida en instituciones educativas.

3.2. Difusión de noticias falsas. Surge de la Ley 26.831 y modificatorias que las personas que, en el ámbito de la oferta pública, difundieren a sabiendas noticias falsas o tendenciosas, aun cuando no persiguieren con ello la obtención de ventajas o beneficios para sí o para terceros, serán pasibles de las sanciones que correspondan. Asimismo, la difusión de noticias falsas podría implicar la comisión de delitos de naturaleza penal y la violación de regulaciones con severísimas sanciones de la CNV.

3.3. Responsabilidades fundamentales. En su actuación general los Responsables y en particular los Agentes (conforme lo definen las Normas CNV 2013) deberán:

3.3.1. Actuar con honestidad, transparencia, imparcialidad, profesionalidad, diligencia y lealtad en el mejor interés de los clientes.

3.3.2. Brindar información adecuada en un lenguaje que facilite la comprensión por parte del inversor de la información que se le transmite, evitando términos técnicos que requieran algún grado de capacitación previa en materia financiera o bursátil, a los fines de garantizar la comprensión por parte de sus clientes de los riesgos que involucra la suscripción o negociación con cada tipo de valor que se ofrece, o la estrategia de inversiones propuesta, según corresponda.

3.3.3. Conocer el perfil de riesgo o tolerancia al riesgo del Cliente, el que deberá contener como mínimo los siguientes aspectos: (i) la experiencia del Cliente en inversiones dentro del mercado de capitales, (ii) su grado de conocimiento de los instrumentos disponibles en el mercado de capitales, (iii) el objetivo de su inversión, (iv) su situación financiera, (v) el horizonte de inversión, (vi) el porcentaje de ahorros destinado a inversiones, (vii) el nivel de ahorros que el cliente está dispuesto a arriesgar y (viii) toda otra circunstancia relevante en orden a evaluar si la inversión a efectuar es adecuada para el Cliente; debiendo MG ALFA efectuar una revisión del perfil del cliente con una periodicidad

mínima anual o a la primera operación posterior, poniendo en conocimiento de éste su resultado.

3.3.4. En el marco del asesoramiento y administración, MG ALFA deberá asegurarse de que el consejo o sugerencia personalizada sea razonable para el Cliente, verificando la congruencia entre su perfil y la del producto o instrumento financiero recomendado.

3.3.5. En la administración de carteras de clientes deberá MG ALFA otorgar absoluta prioridad al interés de sus Clientes en la compra y venta de valores negociables y otras operaciones de mercado de capitales, respecto del interés propio.

3.3.6. Evitar toda práctica que pueda inducir a engaño o de alguna forma viciar el consentimiento de los Clientes u otros participantes en el mercado.

3.3.7. Abstenerse de incurrir en conflicto de intereses con los Clientes, y con el ALYC y/o los intermediarios radicados en el exterior con los que MG ALFA haya firmado convenio, debiendo evitar en todo momento privilegiar su cartera propia en detrimento del interés de sus Clientes.

3.3.8. Abstenerse de ofrecer ventajas, incentivos, compensaciones o indemnizaciones de cualquier tipo a un Cliente, en perjuicio de otro Cliente o de la transparencia del mercado de valores.

3.3.9 Evitar la acumulación de funciones del personal de la empresa en áreas que puedan ocasionar conflicto de interés.

3.10. Abstenerse de anteponer la compra o venta de valores negociables para su cartera propia, cuando tengan pendientes de concertación, órdenes de clientes, de la misma naturaleza, tipo, condiciones y especies.

3.3.11. Requerir manifestación inequívoca del cliente -por cada operación -para adquirir un instrumento financiero no acorde a su perfil de riesgo y cuando éste no revista el carácter de inversor calificado -en los términos establecidos en el artículo 12 de la Sección I del Capítulo VI del Título II del T.O. CNV 2013 y modificatorias. En todos los casos MG ALFA deberá advertir expresamente al cliente de los riesgos que dichas operaciones conllevan.

3.3.12. Cuando realice operaciones con agentes, intermediarios y/o entidades del exterior del mismo grupo económico, revelar dicha vinculación económica a su cliente.

4. INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN A LOS CLIENTES

4.1. Comunicación. Los responsables deberán informar a los Clientes de manera clara y precisa acerca de aquellas operaciones que se pueden concertar, suministrando al Cliente los conocimientos necesarios al momento de la toma de decisiones.

4.2. Información documentada. Tener a disposición de sus Clientes toda información que, siendo de su conocimiento y no encontrándose amparada por el deber de reserva, pudiera tener influencia directa y objetiva en la toma de decisiones.

4.3. Operaciones. Otorgarle al Cliente información relacionada con las operaciones que se concertarán por cuenta y orden de estos. Dicha información, deberá contener datos certeros acerca de plazos, modos, tiempo de concertación, vencimiento y demás datos relevantes obligatorios conforme normas CNV.

4.4. Decisiones informadas. Informar a los Clientes de sus derechos, los procedimientos, tiempo, modo y forma de su efectivo ejercicio, en particular en lo relativo a solicitar el cierre de sus cuentas cuando lo deseen, acceder a la tabla de aranceles, derechos de mercado y demás gastos que puedan llegar a tener, a recibir boletos desde los Agentes con los que se tenga convenio que cumplan con la exigencias de la reglamentación vigente y un comprobante de ingresos o retiros de dinero y/o valores negociables - conforme normas CNV.

4.5. Publicidad de costos. Tener a la vista del público una tabla de aranceles, comisiones y recuperos, servicios operativos, gastos administrativos, honorarios de asesoramiento de existir. En este último caso se deberá dejar constancia de su recepción. Misma información deberá encontrarse publicada en la dirección Web institucional de MG ALFA y en la CNV.

5. CONFIDENCIALIDAD

Es deber de los Responsables respetar las siguientes reglas de confidencialidad:

5.1. Guarda de secreto. Guardar reserva y confidencialidad de toda información relativa a cada uno de los Clientes, en los términos del art. 53 de la Ley N.º 26.831. Quedarán relevados de esta obligación por decisión judicial, así como también cuando les sean requeridas por la Comisión Nacional de Valores, el Banco Central de la República Argentina, la Unidad de Información Financiera y la Superintendencia de Seguros de la Nación en el marco de investigaciones propias de sus funciones. El secreto tampoco regirá para las informaciones que, en cumplimiento de sus funciones, solicite la Agencia de Recaudación y Control Aduanero de carácter particular o general y referidas a uno o varios sujetos determinados o no, aun cuando éstos no se encontraren bajo fiscalización.

5.2. Información privilegiada. Abstenerse de utilizar información privilegiada o reservada para obtener, para sí o para otros, ventajas de cualquier tipo, deriven ellas de la compra o venta de valores negociables o de cualquier otra operación relacionada con el régimen de la oferta pública.

5.3. Reserva. Guardar estricta reserva respecto a la información privilegiada y abstenerse de negociar en base a dicha información hasta tanto la misma tenga carácter público.

5.4. Prohibiciones. Abstenerse de realizar por cuenta propia o ajena, directa o indirectamente, las siguientes acciones:

5.4.1. Preparar, facilitar, tener participación o realizar cualquier tipo de operación en el mercado, sobre los valores negociables a que la información privilegiada se refiera.

5.4.2. Comunicar dicha información privilegiada a terceros, salvo en el ejercicio normal de su trabajo, profesión, cargo o función y que esto no sea un vehículo para no respetar el punto anterior.

5.4.3. Recomendar a un tercero que adquiera o ceda valores negociables o que haga que otros los adquieran o cedan, basándose en dicha información privilegiada.

6. PREVENCIÓN DEL LAVADO DE ACTIVOS Y FINANCIACIÓN DEL TERRORISMO Y PROLIFERACIÓN DE ARMAS DE DESTRUCCIÓN MASIVA.

6.1. DDC. Los Responsables deberán observar una especial diligencia en el cumplimiento de las normas relativas al régimen de prevención del lavado de dinero y financiamiento del terrorismo y proliferación de armas de destrucción masiva, en tanto MG ALFA es un sujeto obligado de la Ley N.º 25.246 y modificatorias. En especial, deberá cumplirse con las disposiciones aplicables del Manual PLA/FT/FP, en su versión vigente, todos sus Anexos, políticas y procedimientos complementarios y las siguientes pautas generales.

6.2. KYC. Poseer un adecuado conocimiento del cliente, confirmando y documentando la identidad de estos, así como cualquier información adicional, conforme lo dispuesto por la ley y las resoluciones reglamentarias de la UIF.

6.3. Beneficiarios Finales. Cuando los Clientes, requirentes o aportantes actúen en representación de terceros, se deberán tomar los recaudos necesarios a efectos de corroborar la identidad de la persona por quienes actúen y la vigencia de su representación como así también toda la información de beneficiarios finales conforme normativa UIF y ARCA vigente.

6.4. Operaciones sospechosas. Informar cualquier operación inusual o hecho u operación sospechosa, independientemente de su monto, que no hubieran podido ser desestimadas conforme las reglas del Manual PLA/FT/FP y sus anexos. A los efectos del presente Código se consideran:

- <u>operaciones inusuales:</u> aquellas tentadas o realizadas en forma aislada o reiterada, con independencia del monto, que carecen de justificación económica y/o jurídica, y/o no guardan relación con el nivel de riesgo del cliente o su perfil transaccional, y/o que, por su frecuencia, habitualidad, monto, complejidad, naturaleza y/u otras características particulares, se desvían de los usos y costumbres en las prácticas de mercado.

- hechos u operaciones sospechosas: aquellas tentadas o realizadas que ocasionan sospecha o motivos razonables para sospechar que los bienes o activos involucrados provienen o están vinculados con un ilícito penal o están relacionados a la financiación del terrorismo, o a el financiamiento de la proliferación de armas de destrucción masiva o que, habiéndose identificado previamente como inusuales, luego del análisis y evaluación no permitan justificar la inusualidad.

6.5. Archivo. Toda información deberá archivarse por el término establecido en las normas vigentes y según las formas que establezca la Unidad de Información Financiera.

6.6. No revelación. Abstenerse de revelar al Cliente o a terceros las actuaciones que se estén realizando en cumplimiento de la Ley N.º 25.246 y modificatorias.

6.6. Investigaciones. Guardar absoluta confidencialidad de toda la información, documentación y/o datos de los que pudieren tomar conocimiento, en el desarrollo de una investigación interna y ante denuncias por presuntas conductas ilegales o contrarias al contenido del presente; no pudiendo compartir información alguna sobre el proceso de investigación durante su desarrollo o luego de terminado, y absteniéndose de brindar y/o filtrar declaraciones internas o externas.

6.7. Países riesgosos. No aceptar Clientes que se encuentren constituidos en Estados o Jurisdicciones no cooperantes en términos fiscales conforme definiciones actualizadas del ARCA y el decreto respectivo, y para los países con llamado a la acción o en listas de seguimiento del FATF-GAFI por deficiencias estratégicas en sus sistemas de prevención o sin compromiso de corrección.

7. CONTRALOR Y SANCIONES

7.1. Rol Directorio. El Directorio y los miembros que éste designe tendrán a su cargo la misión de velar y controlar el cumplimiento de los deberes establecidos por la legislación vigente, así como las normas de conducta aquí previstas.

7.2. Denuncias internas. El Directorio de la sociedad recibirá del Oficial de Cumplimiento las denuncias de incumplimiento del presente Código, que lleguen a su conocimiento por sus tareas de contralor, a fin de disponer las medidas correctivas que considere corresponden a cada caso.

7.3. Sanciones. El incumplimiento de lo previsto en el presente Código dará lugar a las medidas disciplinarias o sancionatorias que pueda imponer MG ALFA bajo la ley de Contrato de Trabajo 20.744 o la Ley General de Sociedades N.º 19.550 según el Responsable sea un empleado en relación de dependencia o un Director o Accionista. Cuando se trate de un tercero vinculado contractualmente, el incumplimiento de lo previsto en el presente Código implicará una grave violación a las obligaciones a su cargo e implicará la aplicación de sanciones contractuales, incluyendo la rescisión del mismo.

7.4. Denuncia penal. Asimismo, en caso de que la acción u omisión del Responsable configure además de un delito, el Directorio realizará las denuncias respectivas ante el juzgado penal o fiscalía de turno. Igualmente, cuando la conducta infrinja las disposiciones de la Ley 26.831 y sus reglamentaciones, el Directorio realizará la denuncia ante la Comisión Nacional de Valores.

8. CAPACITACIÓN Y EVALUACIÓN

8.1. Capacitaciones. MG ALFA capacitará a todo su equipo por lo menos una vez por año en materia de su Código de Conducta, incluyendo esta obligación en el Plan Anual de Capacitación.

8.2. Evaluación. Al mismo tiempo evaluará contenidos referidos a estos temas en la primera evaluación anual posterior a la capacitación general.

9. POLÍTICA AMBIENTAL

9.1. Reciclaje y cuidado de recursos. MG ALFA procurará generar procedimientos y herramientas que permitan trabajar con una política de protección del medio ambiente, esto implica que cada Responsable deberá velar por el cuidado de los recursos, la

separación de los residuos reciclables, la reutilización de los materiales que lo soporten, etc.

9.2. Nuevas políticas. Las propuestas de nuevos procesos de política ambiental deberán ser realizadas al Directorio para su aprobación y difusión.

10. POLÍTICA DE TRANSPARENCIA - AUTOPISTA DE INFORMACIÓN FINANCIERA Y OTROS REGIMENES INFORMATIVOS

10.1. AIF. MG ALFA subirá a la AIF toda la información que prevé la normativa en legal tiempo y forma. Cualquier retraso o imposibilidad de subir los regímenes informativos deberá ser documentado con fundamentos que así lo determinen, como por ejemplo en un fallo del sistema de carga, capturando y registrando tal novedad para futuras auditorías hasta tanto se logre cumplir con el compromiso.

10.2. Otros supervisores. MG ALFA subirá con el mismo procedimiento los regímenes informativos de la UIF, el ARCA y cualquier otro similar de carácter obligatorio.

11. AUDITORÍAS E INSPECCIONES

11.1. Auditores externos e inspectores. MG ALFA facilitará a todos los auditores e inspectores con los que interactúe toda la información y documentación solicitada en tiempo y forma para el análisis integral y acabado del Funcionario designado. Cuando existan impedimentos para preparar o entregar la información en el plazo previsto se fundamentará y documentará el motivo y se informará la novedad a dicho funcionario solicitando en caso necesario una prórroga en el cumplimiento de la obligación o la parte de la obligación que lo requiera.

12. LECTURA, CONFORMIDAD Y ACEPTACIÓN

Lugar: _____

Fecha: ___ /___ /_____

At. Sres.

MG ALFA S.A.

De mi consideración, ... (nombre del responsable), DNI/CUIT ....., en su carácter de ....., declara y garantiza haber recibido, leído y estar de acuerdo con el Código de Conducta de MG ALFA S.A. y se compromete a cumplir con las pautas establecidas en este mientras preste servicios para la empresa, cualquiera sea la modalidad de contratación o relación comercial.

Firma: _____

Aclaración: _____

GLOSARIO

- **Código de Ética o Conducta:** Es un documento interno que fija las normas que regulan los comportamientos de las personas dentro de la empresa.
- **Conflicto de Interés:** Cuando los intereses privados de los empleados se contraponen o interfieren con los intereses de la/s Sociedad/es. Se debe tener presente que los conflictos de interés por sí mismos no tienen, necesariamente, una connotación negativa, en la medida que se traten y se administren por parte de la Empresa.
- **Corrupción:** Implica el comportamiento de agentes del sector público o privado, quienes, de manera indebida o ilegal, obtienen beneficios personales y/o para las personas de su entorno, o inducen a otros a hacerlo, abusando de la posición en que se encuentran. Tales comportamientos pueden estar encuadrados dentro de los siguientes delitos (entre otros): cohecho - exacciones ilegales - concusión - ofrecimiento o admisión de dádivas - soborno - fraude en perjuicio de la administración pública - enriquecimiento ilícito - negociaciones incompatibles - tráfico de influencias - abuso de autoridad e incumplimiento de los deberes de funcionario público - balances e informes falsos agravados.
- **Oficial de Cumplimiento:** Es la persona designada en la empresa para liderar y administrar el Sistema de Integridad de la Organización.
- **Política de Debida Diligencia de terceros:** Procedimientos que comprueben la integridad y trayectoria de terceros o socios de negocio, incluyendo proveedores, distribuidores, prestadores de servicios, agentes e intermediarios, al momento de contratar sus servicios durante la relación comercial.
- **UIF:** Unidad de Información Financiera.
- **CNV:** Comisión Nacional de Valores.
- **ARCA:** Agencia de Recaudación y Control Aduanero.
- **DDC:** Debida Diligencia del Cliente.
- **KYC:** Conocimiento del Cliente.