

CÓDIGO DE CONDUCTA



**BARLOVENTO
COMUNICACIÓN**

Consultoría Audiovisual y Digital

Documento de política interna
Fecha de aprobación 1 de Enero 2026

1. INTRODUCCIÓN Y OBJETO

Barlovento Comunicación (Berdayes Comunicación S.L.), consultora de comunicación audiovisual y digital con sede en Madrid, aprueba el presente Código de Conducta como declaración de sus valores fundamentales y como marco de referencia que debe inspirar la actuación de todas las personas vinculadas a la organización en el tráfico económico, jurídico y profesional.

El objetivo del Código es establecer los principios éticos y las normas de conducta que rigen la actividad de Barlovento Comunicación, orientar la actuación ante situaciones de duda o de conflicto de interés, y prevenir la comisión de irregularidades o ilícitos de cualquier naturaleza, incluidos los penales.

Este Código complementa —y no sustituye— al Plan de Conciliación de la Vida Personal, Familiar y Laboral de Barlovento Comunicación (aprobado el 01/01/2026) y a su Anexo I (Protocolo Interno de Prevención de Abusos), que continúan siendo la norma de referencia en materia de jornada, horario, teletrabajo, permisos y prevención del acoso. Ambos documentos deben leerse de forma conjunta.

El cumplimiento del Código es exigible a socios, administradores, directivos, personal trabajador y colaboradores externos, cualquiera que sea su vinculación con la empresa, incluido el personal adscrito a la ejecución de contratos con terceros.

2. ÁMBITO DE APLICACIÓN

El presente Código resulta de aplicación:

- A toda persona con vínculo laboral, mercantil o de colaboración con Barlovento Comunicación, cualquiera que sea su categoría o función.
- A los administradores y órganos de dirección de la sociedad.
- A proveedores, colaboradores externos y freelance que presten servicios para o en nombre de Barlovento Comunicación.
- A las relaciones con clientes, medios, anunciantes, Administraciones Públicas y demás terceros con los que la empresa se relacione en el desarrollo de su actividad.

La supervisión del cumplimiento corresponde a la Dirección de Barlovento Comunicación, que actuará como órgano de cumplimiento (función de compliance) a los efectos de este Código, sin perjuicio de que dicha función pueda delegarse formalmente en una persona o comité específico.

3. PRINCIPIOS ÉTICOS FUNDAMENTALES

3.1. Cumplimiento de la legalidad

Barlovento Comunicación se compromete a cumplir estrictamente la legalidad vigente en todas sus actuaciones, con especial atención a la normativa que afecta al sector audiovisual y de comunicación:

propiedad intelectual, protección de datos, publicidad, competencia y consumo. Ningún miembro de la organización colaborará conscientemente con terceros en la violación de la ley, ni participará en actuaciones contrarias al principio de legalidad.

3.2. Comportamiento ético e integridad

La empresa mantiene un comportamiento honesto e íntegro en todas sus actuaciones, con tolerancia cero ante el fraude y cualquier acto ilícito penal (corrupción, cohecho, blanqueo de capitales, falsedad documental u otros). Se pondrán todos los medios razonables para la detección, prevención y corrección de conductas contrarias a estos valores.

3.3. Profesionalidad y calidad del servicio

La profesionalidad se define por la capacitación de los equipos y la eficacia en la prestación del servicio, primando los intereses del cliente y la calidad técnica y creativa del trabajo audiovisual y de consultoría. En cada encargo se buscará la mejor solución a las necesidades del cliente, optimizando los recursos disponibles.

3.4. Formación y mejora continua

Barlovento Comunicación mantiene su compromiso con la formación continua de sus profesionales, favoreciendo la adaptación a los avances tecnológicos del sector audiovisual y digital, así como a las novedades legislativas y procedimentales aplicables.

3.5. Trabajo en equipo

La empresa entiende el servicio a los clientes de forma integrada, favoreciendo una comunicación fluida entre departamentos que permita anticipar riesgos y aportar todas las perspectivas necesarias en cada proyecto.

3.6. Respeto, dignidad e igualdad

Se garantiza un entorno laboral basado en el respeto, la dignidad, la seguridad y la salud. No se tolerará ninguna conducta de acoso sexual, acoso por razón de sexo u orientación sexual, mobbing,

abuso de autoridad, ofensa o discriminación por razón de género, origen, discapacidad, edad, religión, ideología o cualquier otra condición personal o social. La prevención y actuación frente al acoso se rige por el Anexo I del Plan de Conciliación.

3.7. Selección, promoción e igualdad de oportunidades

Los procesos de selección, formación, promoción y retribución se basan exclusivamente en criterios objetivos de mérito, capacidad y adecuación al puesto de trabajo, garantizando la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres, conforme a la Ley Orgánica 3/2007 y demás normativa de igualdad.

4. RELACIONES LABORALES Y CONCILIACIÓN

Las condiciones de jornada, horario, vacaciones, teletrabajo, permisos, desconexión digital y demás medidas de flexibilidad se regulan íntegramente en el Plan de Conciliación de la Vida Personal, Familiar y Laboral vigente, que tiene la consideración de norma de desarrollo de este Código en dicha materia y que debe aplicarse de forma efectiva a todo el personal, incluido el adscrito a la ejecución de contratos con terceros.

La remuneración se diseña evitando conflictos de interés entre el personal, los clientes y otras partes interesadas, valorando en su caso el grado de adhesión a las políticas y códigos de conducta de la empresa.

En materia de prevención de riesgos laborales, Barlovento Comunicación garantiza el cumplimiento de los requisitos legales aplicables y pone los medios necesarios para eliminar o reducir los riesgos laborales, prestando especial atención a la protección de la maternidad y a los riesgos psicosociales, incluidos los derivados de la falta de conciliación, tal como recoge el Plan de Conciliación.

5. CONFLICTOS DE INTERÉS

Existe conflicto de interés cuando los intereses personales de una persona vinculada a Barlovento Comunicación, de forma directa o indirecta, entran en colisión con los intereses de la empresa o de sus clientes, o interfieren en el cumplimiento recto de sus deberes profesionales.

La empresa reconoce y respeta la participación de su personal en actividades ajenas, siempre que sean legales, éticas y no colisionen con sus responsabilidades. Toda persona que se encuentre ante una situación de conflicto de interés (vinculación económica, familiar o de amistad con un cliente, proveedor o competidor, participación en operaciones que puedan beneficiarse de información conocida por su actividad en la empresa, etc.) deberá:

1. Abstenerse de intervenir o influir en la decisión afectada.
2. Comunicarlo de forma previa y por escrito a la Dirección, para que se adopte la decisión oportuna.
3. Actuar en todo momento con lealtad y en defensa de los intereses de la empresa y de sus clientes.

Ningún profesional podrá utilizar el nombre, la imagen o la posición de Barlovento Comunicación en beneficio propio o de terceros vinculados, ni aprovechar en beneficio particular oportunidades de negocio conocidas por razón de su actividad en la empresa.

6. PROPIEDAD INTELECTUAL, DERECHOS DE IMAGEN Y CONTENIDOS

Dada la naturaleza audiovisual y digital de la actividad de Barlovento Comunicación, el respeto a la propiedad intelectual constituye un principio esencial de este Código:

- Todo el personal respetará los derechos de autor y derechos afines (Real Decreto Legislativo 1/1996, Ley de Propiedad Intelectual) sobre obras, guiones, música, imágenes, grabaciones y demás contenidos de terceros, evitando su uso, reproducción o comunicación pública sin la licencia o autorización correspondiente.
- Se respetará la titularidad de los contenidos generados para clientes conforme a lo pactado contractualmente, y se protegerá adecuadamente la propiedad intelectual generada por la propia empresa.
- Se recabará el consentimiento correspondiente antes de captar, utilizar o difundir la imagen, voz o datos de personas identificables en cualquier producción, grabación o contenido, de conformidad con la Ley Orgánica 1/1982, de protección del derecho al honor, a la intimidad y a la propia imagen, prestando especial atención cuando en el contenido participen personas menores de edad.
- No se manipulará ni alterará información o contenido audiovisual de forma que pueda inducir a engaño al público, a los clientes o a terceros, ni se difundirá contenido que pueda constituir desinformación.
- Se respetarán los códigos de autorregulación publicitaria y la normativa general de publicidad y comunicación comercial aplicable al sector.

7. PROTECCIÓN DE DATOS Y CONFIDENCIALIDAD

Barlovento Comunicación trata información especialmente sensible de clientes, empleados y terceros, por lo que se compromete a extremar las cautelas en su gestión:

- El tratamiento de datos personales se realizará conforme al Reglamento (UE) 2016/679 (RGPD) y a la Ley Orgánica 3/2018 de Protección de Datos y garantía de los derechos digitales, aplicando los principios de licitud, minimización, finalidad e integridad de los datos.
- Se garantiza el secreto profesional y la confidencialidad de la información de clientes, así como la de la propia empresa (estrategias, presupuestos, know-how, bases de datos de contactos), tanto durante la relación profesional como una vez finalizada esta.
- El acceso a información protegida conlleva la obligación de salvaguardarla y de no utilizarla en beneficio propio, de terceros o de manera desleal.
- Toda gestión con clientes se desarrollará en un entorno que garantice la privacidad de las conversaciones, documentación y negociaciones.

8. RELACIÓN CON CLIENTES, PROVEEDORES Y SOCIOS

8.1. Clientes

El personal de Barlovento Comunicación actuará con integridad y honestidad ante los clientes, buscando relaciones a largo plazo basadas en la confianza y la calidad del servicio. Se informará de forma clara, veraz y transparente sobre las características, plazos y riesgos de los servicios contratados, y se pondrán a su disposición canales para la presentación de reclamaciones, que se atenderán analizando sus causas y adoptando una decisión justa.

8.2. Proveedores y colaboradores

La selección de proveedores y colaboradores (técnicos audiovisuales, freelance, productoras externas, etc.) se basará en criterios de competitividad, calidad y ausencia de conflicto de interés. Barlovento Comunicación exigirá a sus proveedores el cumplimiento de estándares éticos equivalentes a los propios y podrá rechazar la colaboración futura ante incumplimientos acreditados.

8.3. Socios

Las relaciones con los socios se basarán en la confianza, la transparencia informativa y la puesta en común de conocimientos y capacidades para el beneficio mutuo, exigiendo el cumplimiento escrupuloso de la normativa vigente.

9. REGALOS, ATENCIONES Y RELACIÓN CON ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

Barlovento Comunicación no realizará ni admitirá de clientes, proveedores, funcionarios públicos o autoridades ningún tipo de regalo, atención o ventaja que exceda de las prácticas normales de cortesía, que pueda comprometer la independencia profesional o que pueda interpretarse como intento de obtener un trato de favor. Cualquier obsequio realizado como parte de la política comercial será de carácter simbólico y deberá ser autorizado conforme a los protocolos internos que, en su caso, se aprueben.

Las relaciones con autoridades y Administraciones Públicas se regirán por los principios de máxima legalidad, transparencia e integridad. La empresa conservará la documentación intercambiada con las Administraciones y rechazará cualquier actuación dirigida a falsear datos para la obtención de contratos, subvenciones o ayudas públicas.

De conformidad con la Ley Orgánica 8/2007, de financiación de los partidos políticos, Barlovento Comunicación se abstendrá de financiar partidos políticos o patrocinar eventos políticos, así como de ejercer cualquier tipo de presión política directa o indirecta.

10. COMPETENCIA LEAL Y USO DE INFORMACIÓN

Barlovento Comunicación compite en el mercado de forma leal, respetando la legislación de defensa de la competencia y colaborando con las autoridades reguladoras. El personal con acceso a información reservada de clientes o de la propia empresa evitará el abuso de dicha información y cualquier práctica que pueda suponer manipulación del mercado o competencia desleal frente a otras agencias o consultoras del sector.

11. USO DE MEDIOS DIGITALES, REDES SOCIALES E IMAGEN CORPORATIVA

La imagen y reputación corporativa constituyen un activo estratégico para Barlovento Comunicación. Todo el personal actuará de manera coherente con los valores de la empresa en sus comunicaciones profesionales, preservando el buen nombre de la organización y utilizando correctamente sus elementos de identidad corporativa.

En el uso de redes sociales y medios digitales, tanto en el ámbito profesional como cuando se identifique la vinculación con la empresa en el ámbito personal, se evitará la difusión de contenido que pueda vulnerar derechos de terceros, resultar discriminatorio, difamatorio o dañar la reputación de clientes, compañeros o de la propia empresa. No se utilizarán los recursos, contactos o activos digitales de la empresa para fines ajenos a la actividad profesional sin autorización.

12. COMUNICACIÓN DE INCUMPLIMIENTOS Y RÉGIMEN DE RESPONSABILIDAD

Barlovento Comunicación tiene menos de 50 personas trabajadoras, por lo que no le resulta exigible el canal interno de información previsto en la Ley 2/2023. No obstante, cualquier persona que detecte un incumplimiento de este Código o de la legalidad vigente podrá comunicarlo directamente a la Dirección, de forma verbal o por escrito, con la debida confidencialidad y sin que ello pueda dar lugar a represalia alguna frente a quien comunique de buena fe.

Las situaciones de acoso se comunicarán, en particular, a través de los canales específicos previstos en el Anexo I del Plan de Conciliación.

El incumplimiento de este Código podrá dar lugar a las medidas correctoras o disciplinarias que correspondan conforme a la legislación laboral, el convenio colectivo aplicable y, en su caso, la normativa contractual con proveedores o colaboradores externos.

Con carácter general, se priorizará la corrección pedagógica frente a la sanción formal, salvo en supuestos de especial gravedad o reiteración, en los que se aplicará el procedimiento gradual previsto en el Anexo I del Plan de Conciliación (corrección pedagógica, advertencia formal escrita y, en su caso, medidas disciplinarias), todo ello con respeto a los principios de proporcionalidad, contradicción y presunción de buena fe.

La Dirección y los responsables de sección velarán por la difusión, comprensión y cumplimiento efectivo de este Código, prestando el apoyo interpretativo necesario ante situaciones de duda.

13. APROBACIÓN, DIFUSIÓN Y REVISIÓN

- El presente Código de Conducta ha sido aprobado por la Dirección de Barlovento Comunicación.
- Se entregará y explicará a toda la plantilla y a los colaboradores externos relevantes en el momento de su incorporación, y cuando se produzcan actualizaciones sustanciales.
- Se revisará como mínimo una vez al año, o antes si se producen cambios normativos relevantes, preferiblemente de forma coordinada con la revisión anual del Plan de Conciliación.