

POLÍTICA DE REGALOS Y ATENCIONES

1. OBJETIVO.

Establecer lineamientos y criterios sobre el adecuado intercambio de regalos, obsequios, pagos y otras recompensas dadas o recibidas en el ámbito de los negocios, en cumplimiento del Código de Ética y Conducta de la compañía y las normas y principios éticos internos y a la legislación (Leyes antisoborno y anticorrupción).

Busca proteger el buen nombre de la compañía y de todos sus empleados al verse inmersos en un conflicto de interés real o potencial, asociado a regalos y atenciones.

2. ALCANCE.

Esta política aplica para todos los miembros de la alta dirección, empleados y colaboradores de la Compañía en todos los niveles, y a través de éstos, a los terceros con quienes interactúa.

3. RESPONSABILIDADES.

- ✓ **Comité de ética y cumplimiento:** Es el ente responsable por la aprobación y actualización de los lineamientos en relación con recepción y otorgamiento de regalos y atenciones. Igualmente tendrá a su cargo conocer los potenciales casos relacionados con faltas a la ética de la Compañía, ordenar las investigaciones que corresponda, e impartir sanciones en el marco normativo de la compañía.
- ✓ **Gerencia general, Gerencias primer nivel y medias:** Son responsables de la correcta implementación de la presente política.
- ✓ **Gestión humana:** Es el área responsable por el control y seguimiento de los lineamientos en relación con la recepción y otorgamiento de regalos y atenciones, proponer las modificaciones que considere pertinentes y remitir al oficial de cumplimiento los casos de incumplimiento detectados.
- ✓ **Oficial de cumplimiento:** Encargado de recepción y trámite a las denuncias recibidas en relación con faltas a la ética, en conjunto con el comité de ética.

4. DEFINICIONES:

- ✓ **Terceros:** Son todas aquellas personas naturales o jurídicas que tienen o pueden llegar a tener alguna relación con la compañía (p. ej.: clientes, proveedores, intermediarios, consultores, autoridades, contrapartes, etc.).
- ✓ **Regalo corporativo:** Un regalo u obsequio corporativo es cualquier objeto de valor por el cual el destinatario no paga su precio justo de mercado, puede ser tangible o intangible e incluye viajes, regalos, obsequios, contribuciones de beneficencia, propinas, hospitalidad, favores, comidas, bebidas, entretenimiento (que incluye entradas y pases), recreación (como tarifas de invitado para eventos), transporte, artículos de promoción.

- ✓ **Soborno:** Consiste en ofrecer, entregar o recibir cualquier objeto de valor con el propósito de influir de forma directa o indirecta sobre el comportamiento de una persona del gobierno o de una empresa a fin de obtener o retener un negocio, o de asegurarse una ventaja indebida.

5. POLÍTICAS:

5.1 Reglas generales

- ✓ No ofrecemos, aceptamos o solicitamos regalos o atenciones, si se entiende o parece entenderse, como una obligación o un soborno.
- ✓ No ofrecemos, prometemos, pagamos o autorizamos pagos, directa o indirectamente, para influir en las decisiones de algún funcionario gubernamental, autoridad o cualquier otro tercero.
- ✓ No ofrecemos, aceptamos o solicitamos regalos o atenciones a cambio de otorgar alguna ventaja o de desconocer algún procedimiento, en favor o en contra de un tercero.
- ✓ No ofrecemos, aceptamos o solicitamos regalos o atenciones cuando esté pendiente la toma de alguna decisión o se pueda afectar el juicio de un tercero.
- ✓ No ofrecemos, aceptamos o solicitamos atenciones que impliquen actividades, productos o lugares que puedan avergonzar o ser considerados de mal gusto por el destinatario, afectar la reputación de la compañía o violar sus principios éticos.
- ✓ En ninguna circunstancia ofrecemos o recibimos como regalo o atención, dinero en efectivo o su equivalente (p. ej. Títulos valores, certificados de regalos, cheques de viajes, etcétera),

5.2 Dar regalos

Ningún funcionario deberá proporcionar ningún obsequio, pago o préstamo, ni otorgar ningún favor irracional en nombre de la Compañía a clientes, proveedores, competidores o funcionarios del gobierno, designados o elegidos, o sus agentes, para inducirlos en el cumplimiento de sus deberes, o que puedan interpretarse con el propósito de inducirlos o recompensarlos por comprometer sus deberes. Los favores u obsequios de valor nominal que no excedan los estándares normales de conducta comercial ética y el entretenimiento informal para fines comerciales son permisibles.

Los Destinatarios de esta Política no pueden hacer compromisos de pagos o pagar nada de valor, o proveer algo de valor a oficiales del gobierno nacionales o extranjeros, clientes, proveedores o de sus relacionados tal como se definen en el Código de Ética, con el fin de influir directa o indirectamente para que sus acciones signifiquen u otorguen alguna ventaja para la Sociedad.

Al entregar regalos observamos las siguientes pautas:

- ✓ El valor del regalo en ningún caso podrá superar los USD \$100.
- ✓ Siempre respetamos nuestro nivel de atribuciones para la realización de invitaciones u otorgamiento de regalos u obsequios a terceros.
- ✓ Los regalos e invitaciones que ofrecemos directa o indirectamente deben ser razonablemente relacionados con un negocio que se esté llevando a cabo entre las partes y debe quedar debidamente documentado conforme a las directrices internas de la compañía.
- ✓ Consideramos la naturaleza, el valor y la transparencia de cualquier obsequio y también el valor del obsequio desde el punto de vista del destinatario (se debe tener precaución incluso con pequeños obsequios a funcionarios mal remunerados).
- ✓ Siempre respetamos las políticas de regalos y atenciones de los terceros a quienes van dirigidos.
- ✓ Los obsequios deben ser poco frecuentes y no se permiten múltiples obsequios a un destinatario durante un período de 12 meses que, cuando se agreguen, excedan los \$ 500 sin la aprobación del Comité de Ética.

5.3 Aceptar regalos / propinas

En ningún caso, independientemente de su valor, debe cualquier representante aceptar dinero, propinas, préstamos de dinero (que no sean préstamos convencionales de instituciones financieras bajo programas establecidos), certificados de regalo, tarjetas de regalo, gastos de viaje o vacaciones, o favores similares. También está prohibida la compra de mercaderías y servicios con descuento de vendedores y proveedores, a menos que dichas ofertas estén disponibles regularmente para todos los clientes en una situación similar y representen un valor nominal.

Al recibir regalos observamos las siguientes pautas:

- ✓ Solo aceptamos regalos institucionales, regalos de valor simbólico y en todo caso, regalos que, con base en una evaluación razonable se pueda estimar que su valor es inferior a USD \$100.
- ✓ Ningún tercero relacionado con un funcionario de la compañía (definición de partes relacionadas Código de Ética) podrá aceptar un obsequio corporativo en nombre de un funcionario de la compañía.
- ✓ Antes de aceptar regalos y atenciones verificamos que sean razonables en costo, frecuencia y cantidad.
- ✓ Los regalos u obsequios recibidos, que se estime desbordan las condiciones de la presente política, serán devueltos a quien los suministró.
- ✓ Sin excepción se reportarán los regalos recibidos con el jefe inmediato y según el monto estimado de los mismos se escalará en la estructura jerárquica.

- ✓ Sin excepción se dará cumplimiento a esta política y al Código de Ética y Conducta de la compañía.

5.4 Reporte de violaciones

Si observamos alguna violación a la presente política (Situación real o potencial o un conjunto de circunstancias que pudieran infringir una política interna o una ley antisoborno), debemos reportarla de inmediato en la línea ética, al área de Gestión Humana o al oficial de cumplimiento de la compañía.

El incumplimiento de la presente política se considera una violación grave por parte del trabajador de las obligaciones contractuales y reglamentarias de acuerdo con el Reglamento Interno de Trabajo.

6 DOCUMENTOS DE REFERENCIA

- ✓ Código de ética y conducta
- ✓ Reglamento interno de trabajo
- ✓ Manual SAGRLAFT



EDGAR BODÚ BRICEÑO
Gerente General
HYDRAULIC SYSTEMS SAS
Enero, 2023 v3