



POLÍTICA SOBRE OBSEQUIOS, ENTRETENIMIENTO Y HOSPITALIDAD

APROBADA EN MARZO DE 2015,
REVISADA EN FEBRERO DE 2017



TABLA DE CONTENIDO

POLÍTICA DE OBSEQUIOS, ENTRETENIMIENTO Y HOSPITALIDAD	3
Introducción.....	3
Obsequios, entretenimiento y hospitalidad	3
Evaluando aceptabilidad	5
Prevención	6
Proceso de registro y aprobación.....	6
Dilemas comunes	6
En dónde buscar ayuda	7
Reportando presuntas violaciones	7



POLÍTICA DE OBSEQUIOS, ENTRETENIMIENTO Y HOSPITALIDAD

APROBADA EN MARZO DE 2015, REVISADA EN FEBRERO DE 2017

INTRODUCCIÓN

La presente Política de Obsequios, Entretenimiento y Hospitalidad (la “política”) concierne a WSP Global Inc. y a sus filiales (colectivamente, la “Compañía”) y aplica a todos los empleados de la Compañía, sin excepción. Esto incluye al Presidente, al Director Ejecutivo, oficiales, vice presidentes, directores y otros gerentes, a todo el staff empleado por la Compañía y sus filiales y miembros de las Juntas Directivas (colectivamente, los “Empleados”).

El presente documento debe ser leído conjuntamente con el *Código de Conducta* (el “Código”) y sus políticas subyacentes. La sección de “Integridad Empresarial” del Código establece las políticas corporativas en relación con anti-corrupción; la Política “Anticorrupción” clarifica más en detalle los asuntos relacionados con sobornos y ética; y la Política de “Trabajando con Terceros” provee una guía adicional de cómo la Compañía maneja los riesgos asociados con sus relaciones de negocio con terceras personas.

Todos los términos en la presente Política tienen el mismo significado que aquellos definidos en el Código.

OBSEQUIOS, ENTRETENIMIENTO Y HOSPITALIDAD

POLÍTICAS CORPORATIVAS

El Código adopta el principio de que sus Empleados no pueden solicitar, dar o recibir, directa o indirectamente, obsequios, gratificaciones, prerrogativas especiales, favores o beneficios no razonables en relación con un individuo o compañía, con los cuales ellos hacen negocios, si el beneficio podría influenciar indebidamente el juicio del destinatario, creando una obligación desproporcionada de devolver el favor o creando una apariencia de impropiedad.

Sin embargo, la Compañía también reconoce y acepta que la ocasional oferta o aceptación de un modesto obsequio, entretenimiento u hospitalidad puede hacer una valiosa contribución al desarrollo y mantenimiento de buenas relaciones comerciales. Es de esperar que los Empleados ejerzan un buen juicio y, en caso de duda, deben buscar el consejo de los Directores o del representante regional de Cumplimiento y Ética de la Compañía.

TIPOS DE REGALOS, ENTRETENIMIENTO Y HOSPITALIDAD.

Leyes anti-corrupción cubren donaciones u obsequios de bienes y servicios al igual que dinero efectivo.

Le presente Política cubre los siguientes tipos de intercambios de cortesía comercial con terceros:

- Obsequios – todos los obsequios, incluyendo los personales, desde y hacia los funcionarios o personas que tengan, puedan tener, o que puedan facilitar la creación de una relación de negocios con la Compañía.
- Entretenimiento – asistencia a eventos sociales, culturales o deportivos con funcionarios o personas que tengan, puedan tener, o que puedan facilitar la creación de una relación de negocios con la Compañía.
- Hospitalidad – comidas, bebidas, así como gastos de alojamiento y de viajes dados o recibidos de funcionarios o personas que tengan, puedan tener, o que puedan facilitar la creación de una relación de negocios con la Compañía.

PRINCIPIOS GENERALES

El principio fundamental es que los Empleados no pueden ofrecer o aceptar obsequios, recompensas, beneficios u otros incentivos que creen o aparenten crear una obligación, afectar la imparcialidad de cualquiera de las partes o constituir una influencia indebida sobre una decisión de negocios.

Los Empleados deben tener cuidado y evaluar qué es lo que se espera en retorno cuando un regalo u otro favor es ofrecido. Si el obsequio pone bajo obligación a cualquiera de las partes, o parece hacerlo, entonces hay un problema. Un obsequio que se entrega con el fin de influir en una decisión empresarial a favor de nuestra Compañía, no es un obsequio gratuito: es un soborno.

El valor no es lo único a tener en cuenta. Incluso para los obsequios pequeños, los Empleados también deben tener en cuenta la necesidad de evitar cualquier cosa que podría ser vista como una influencia indebida, incluso si el regalo es de bajo valor. Además, los Empleados tendrán que tomar en cuenta la frecuencia y de forma acumulativa el valor del intercambio con el mismo receptor. No es aceptable que se siga ofreciendo obsequios o invitaciones al mismo destinatario o recibir obsequios repetidos del mismo donante, incluso si cada regalo individual es de bajo valor.

CONSIDERACIONES REGIONALES

El valor monetario específico de regalos pequeños, entretenimiento u hospitalidad aplicable a cada región en las cuales la Compañía opera, se encuentra disponible a través de las directrices regionales, las cuales pueden ser solicitadas a cualquiera de los Directores o del representante regional de Cumplimiento y Ética. Los Empleados no deberían aceptar u ofrecer obsequios, entretenimiento u hospitalidad que pudieran exceder dichos límites sin la autorización escrita de un Director.

CONSIDERACIONES ESPECIALES SOBRE FUNCIONARIOS PÚBLICOS



Los principios de integridad de la Compañía se aplican equitativamente a nuestras relaciones tanto con el sector gubernamental como con el privado. Adicionalmente, debe tenerse especial cuidado cuando tratamos con funcionarios públicos, ya que en algunos países (por ejemplo, Canadá, Reino Unido y los Estados Unidos) las leyes anti soborno son particularmente estrictas en esta área. Aún más, funcionarios del gobierno pueden estar sujetos a directrices más rigurosas que deben ser respetadas. Por ejemplo, en algunos países, los funcionarios públicos no pueden aceptar ni siquiera una taza de café o una comida ligera proveniente de la contraparte.

Los Empleados siempre deben asegurarse de conocer cuales normas se aplican en el país donde trabajan. Estas reglas están incluidas notoriamente en las directrices regionales de obsequios, entretenimiento y hospitalidad que pueden ser requeridas a cualquier Director, o al representante regional de Cumplimiento y Ética.

Para obtener más información sobre sobornos y anticorrupción, los Empleados pueden consultar la política “Anticorrupción” de la Compañía.

EVALUANDO ACEPTABILIDAD

REVISANDO EL “SEMÁFORO”

Cuando meditemos acerca de qué es aceptable y qué no lo es, pensar en un “semáforo” de tres luces puede ser útil:

● INACEPTABLE

● Lo siguientes ejemplos nunca son aceptables:

- Cualquier cosa ilegal;
- Cualquier cosa ofrecida a alguien que está por tomar una decisión comercial concerniente a la Compañía, como la adjudicación de un contrato;
- Cualquier cosa que pueda ser vergonzosa para la Compañía si esta es reportada públicamente, bien sea a nivel local o internacional;
- Cualquier cosa que contravenga las reglas propias del receptor, incluyendo funcionarios públicos, los cuales están sujetos a regulación particularmente rigurosa en muchos países (ver arriba acerca de funcionarios públicos);
- Cualquier obsequio o beneficio que deba guardarse en secreto de otros colegas, el jefe inmediato u otras partes relevantes;
- Dinero o sus equivalentes (bonos de regalo o cualquier cosa redimible por dinero), tales como acciones, sin importar el monto involucrado;
- Favores sexuales.

● NECESITA CONSIDERACIÓN ESPECIAL

● Los siguientes ejemplos pueden ser aceptables, pero requieren consideración especial y deben ser autorizados.

- — Viáticos de terceros que involucren vuelos y estadías;
- La inclusión de compañeros en eventos sociales corporativos;
- Invitaciones a eventos culturales o deportivos particularmente costosos, tales como la final de la Copa Mundial de Fútbol;
- Obsequios en ocasiones especiales, tales como nacimientos y bodas.

En los casos donde la cortesía en los negocios ponga a cualquiera de las partes bajo una obligación, o donde el intercambio esté (o parezca estar) encaminado a influenciar una decisión de negocios, la misma no debe ser ofrecida o aceptada.

● NORMALMENTE ACEPTABLE

● Lo siguiente es normalmente aceptable cuando son dadas a terceros del sector privado:

- Obsequios simbólicos de temporada, donde tales obsequios sean una característica cultural común y el valor del modesto obsequio esté dentro de los límites financieros de la Compañía;
- Comidas modestas y ocasionales con un socio comercial que se ajusten a los límites financieros de la Compañía;
- Pequeños obsequios corporativos promocionales, por ejemplo bolígrafos (esferos) marcados con el logo de la compañía y objetos similares;
- Ocasional asistencia a eventos culturales y deportivos ordinarios tales como obras de teatro o conciertos (si son aprobados por el superior inmediato local);

PREVENCIÓN

Los Empleados deben prever acerca de los patrones de comportamiento cultural y comercial que se aplican en los países donde trabajan.

Del mismo modo, los Empleados deben asegurarse que los socios comerciales, incluyendo contratistas en busca de negocios, comprendan y sean conscientes de las políticas de la Compañía y se les proporcione una copia del *Código de Conducta de la Compañía* y la otra información relevante como la *Política de “Trabajando con Terceros”*.

IDENTIFICANDO SEÑALES DE ALERTA (RED FLAGS)

Las señales de alerta incluyen las siguientes:

- Donde Empleados estén bajo la presión de ofrecer o aceptar un obsequio, porque así es como funciona en el país en el cual trabaja, dicha práctica local puede no ser aceptada internacionalmente. Por ejemplo, en algunos países, es muy común para los contratistas ofrecer “regalos de agradecimiento” al staff o personal que contrate sus servicios. **La Compañía no acepta este tipo de prácticas y los miembros del staff o personal deben ser informados debidamente.**
- Un funcionario o socio comercial sugiere que un favor particular podría hacer ver más favorablemente a la Compañía
- Los Empleados no deben esperar que los problemas ocurran. En caso de duda, debe solicitarse asesoría a los directores o al representante de Cumplimiento y Ética.

PROCESO DE REGISTRO APROBACIÓN

REQUISITOS DE REGISTRO

Todos los obsequios, entretenimiento y hospitalidad de un valor superior al umbral establecido por la alta gerencia local, deben registrarse en el “registro de obsequios, entretenimiento y hospitalidad de la Compañía”. El registro queda sujeto a revisiones periódicas por el equipo de Cumplimiento y Ética y por el equipo de “Auditoría Interna”.

El registro de obsequios, entretenimiento y hospitalidad es accesible a través de la intranet de la Compañía.

REQUISITOS DE APROBACIÓN

Gerentes, quienes aprueben intercambios de negocios por cortesías comerciales o revisen las relaciones de gastos, deben tener más jerarquía que el Empleado suministrando la solicitud o reclamación.

DILEMAS COMUNES

“PERO SERÍA DESCORTÉS REHUSARSE...”

Los Empleados pueden encontrarse en situaciones en las cuales se sientan bajo presión social de aceptar un regalo que vaya más allá del umbral financiero de la Compañía, y no desean ofender al donante. En ese caso, los Empleados tienen que tomar una decisión con prontitud y usar su mejor juicio. En la práctica, una negativa cortés, refiriéndose a la política de obsequios de la Compañía, puede ser bien entendida.

Si un Empleado se siente en la obligación de aceptar, debe, en todo caso, informar acerca del obsequio o beneficio a su supervisor inmediato local, tan pronto como sea posible, y no más tarde del siguiente día hábil. Algunas opciones potenciales incluyen aceptar el regalo, regresarlo con una nota cortés u ofrecerlo a obras de caridad.



“SEGURAMENTE NO HAY PROBLEMA CON UN OBSEQUIO DE TEMPORADA...”

Dilemas similares pueden aplicarse a la entrega de obsequios de temporada, por ejemplo en Navidad o, en algunas culturas, durante el periodo de Año Nuevo.

Las políticas de la Compañía se aplican durante todo el año. De tal manera los Empleados necesitan asegurarse de no ofrecer o aceptar algo inapropiado durante esos periodos festivos, e ingeniar estrategias en ese sentido.

En los casos en que terceros deseen ofrecer obsequios de temporada, un enfoque podría ser el de ofrecerlos a obras de caridad o compartirlos en una fiesta de la empresa. Las consideraciones más importantes son que no debe ser visto como un intento de influenciar a una persona en particular, y que todo es transparente.

“¡PERO, ÉL ES AMIGO MÍO!”

En algunos casos, puede resultar que un socio de negocios es un amigo personal o puede llegar a ser un amigo como resultado de una larga relación profesional; a pesar de ello, se aplican los mismos principios. Los Empleados no pueden ofrecer o aceptar un regalo que sería inaceptable desde o hacia un completo desconocido. En el evento que una relación personal conlleve a intercambios frecuentes de regalos de alguna naturaleza especial, dicha relación debe registrarse en el registro de conflictos de interés de la Compañía, como un potencial conflicto de interés. Al registro de conflictos de interés se tiene acceso a través del sitio de la intranet corporativa

DÓNDE BUSCAR AYUDA

Si tiene dudas sobre algún aspecto de esta política, contacte al representante regional de Cumplimiento y Ética. La información de contacto se encuentra disponible en el sitio de la intranet de la Compañía.

REPORTE DE SOSPECHA DE VIOLACIONES

Los Empleados con información sobre potenciales conductas no conformes de la Compañía, sus empleados, o cualquier tercero con los cuales la Compañía lleve o pretenda hacer negocios deben reportar la situación de conformidad con las instrucciones previstas en el Código.

SERVICIOS DE DENUNCIA (WHISTLEBLOWING)

Los Empleados pueden usar el servicio de denuncia de la Compañía prestado por un proveedor de servicios independiente, con el fin de reportar cualquier sospecha de violación de la presente política. Información sobre el servicio de denuncia de la Compañía incluye números de teléfonos gratuitos y direcciones de email confidenciales, y que se encuentra disponible en el Código, al igual que en la página web de la Compañía y en la intranet.