

REGALOS E INVITACIONES

PROCEDIMIENTO Y POLÍTICAS
RELACIONADAS CON EL CÓDIGO DE
CONDUCTA EMPRESARIAL

MARZO 2023

Referencia : #101

Versión del documento : 2

econocom

ÍNDICE

1	Contexto y objetivo	3
2	Ámbito de aplicación	3
3	Definiciones	3
4	Condiciones comunes al ofrecimiento y a la aceptación de regalos e invitaciones	4
5	Límites	5
5.1	Límites y responsabilidades	5
5.2	Adaptación de los límites a nivel local	6
6	Especificaciones para los regalos	6
7	Especificaciones para las invitaciones	7
8	Tratamiento contable	7

1 Contexto y objetivo

Esta política establece las normas de conducta que deben seguirse en relación con los regalos e invitaciones ofrecidos y recibidos por los Representantes de Econocom en el marco de sus relaciones comerciales con los clientes, proveedores y socios de ECONOCOM.

Ofrecer o recibir un regalo, así como organizar o participar en un evento, puede tener impactos negativos en términos reputacionales, crear conflictos de intereses o violar las leyes y reglamentos locales.

ECONOCOM prohíbe a sus Representantes organizar o participar en eventos que no cumplan con los principios y normas establecidos en esta política.

2 Ámbito de aplicación

Esta política cubre los regalos e invitaciones (incluidas las promesas) en relación con los clientes o socios comerciales (proveedores, intermediarios, etc.). Se aplica a los regalos e invitaciones ofrecidos y recibidos tanto de manera directa como indirecta.

No se aplica a los eventos "internos" de las Entidades del Grupo¹.

3 Definiciones

Los regalos e invitaciones pueden adoptar muchas formas.

A efectos informativos, se incluyen a continuación algunos ejemplos:

- **Regalos:** bienes o beneficios proporcionados a una persona por otra organización (por ejemplo, bolígrafos, libros, botellas de vino, cajas de bombones, etc.).

Los gestos de hospitalidad también se entienden como un regalo (por ejemplo, el pago de los gastos de viaje o alojamiento, etc.).

- **Invitaciones:** oferta de participación en un momento o evento, en un contexto exclusiva o parcialmente profesional (por ejemplo: comida en un restaurante, evento deportivo o cultural, viaje, conferencia, feria, etc.).
- **Eventos comerciales:** un evento a larga escala organizado o llevado a cabo por una entidad del Grupo Econocom al cual son invitados diferentes clientes, proveedores o colaboradores de negocio (por ejemplo: lanzamiento de un nuevo producto, lanzamiento de una nueva actividad, presentación de ofertas de Econocom o de ofertas de colaboradores, etc.).

¹ De acuerdo con la definición establecida en las reglas de procedimiento #100 Introducción.

4 Condiciones comunes al ofrecimiento y a la aceptación de regalos e invitaciones

El Grupo ECONOCOM permite el ofrecimiento y la aceptación de regalos e invitaciones que formen parte del curso normal de las relaciones comerciales, con el objetivo de desarrollar la relación comercial o promocionar productos y/o servicios.

Queda prohibida cualquier forma de regalo o invitación que pueda dañar la reputación de ECONOCOM o que pueda comprometer la integridad, las decisiones o el juicio del receptor.

Los regalos e invitaciones deben respetar el principio de transparencia. Su divulgación en los medios de comunicación no debe poner en una situación comprometida ni al receptor ni a ninguna entidad del Grupo ECONOCOM.

La concesión de cualquier regalo o invitación a un funcionario público está totalmente desaconsejada y requiere discernimiento; por una cuestión de principios, no tienen que aceptar ningún regalo o invitación en el ejercicio de sus funciones.

Los Representantes de ECONOCOM deben abstenerse de buscar cualquier regalo y/o invitación.

Cualquier regalo o invitación, ya sea ofrecido o recibido, debe cumplir los siguientes requisitos comunes:

- Estar autorizado por la(s) ley(es) aplicable(s);
- Ser ofrecido de buena fe, sin intención de reciprocidad;
- No debe crear ninguna expectativa por parte del donante y no debe poner al receptor en situación de deuda frente al donante;
- No estar destinado a obtener una ventaja indebida o a devolver una ventaja recibida indebidamente;
- No crear un conflicto de intereses;
- Ser ocasional en relación con la actividad profesional;
- Ser apropiado en relación con el puesto profesional del receptor y no ser ofrecido de forma reiterada al mismo receptor o recibirse del mismo donante;
- Ser modesto y de valor razonable, según los límites establecidos por la presente política;
- Ser apropiado y tener un valor y naturaleza proporcionales al volumen de negocio generado;
- Ser ofrecido de forma totalmente transparente;
- No tener la intención de influir en una decisión y, en consecuencia, no ser aceptado/ofrecido en un momento estratégico (por ejemplo: negociación, venta, renovación de contrato, licitación, etc.);
- Ser entregados en persona, enviados o recibidos en una dirección comercial o profesional;
- Para cualquier invitación ofrecida, se requiere la presencia de un empleado o de un agente. El número de personas de otras organizaciones será normalmente proporcional al número de representantes de ECONOCOM. La proporción será de 1 representante de ECONOCOM por cada 3 o 4 externos;
- Respetar las normas y políticas internas conocidas de la empresa del beneficiario;

- Ser declarado a sus superiores¹ dentro de ECONOCOM (tanto en caso de aceptación como de rechazo).

Se prohíbe la ocultación de regalos y/o invitaciones (por ejemplo, la concesión/recepción indirecta, el reparto de un conjunto de regalos o invitaciones, etc.).

Cualquier incumplimiento de este procedimiento debe comunicarse inmediatamente al Comité de Ética del Grupo, por correo electrónico a ethical.committee@econocom.com.

En caso de duda sobre un regalo o una invitación, los interesados deben pedir consejo a su superior o al Comité de Ética.

5 Límites

5.1 Límites y responsabilidades

La siguiente tabla presenta los límites definidos por el Grupo ECONOCOM para el ofrecimiento y recepción de regalos e invitaciones. Estos mismo límites también aplican a los eventos comerciales.

Los límites se expresan en euros. Para los regalos y/o invitaciones en otras monedas, se aplica el equivalente en euros.

Para cada uno de estos límites, se especifican los responsables que deben ser informados sobre el regalo o invitación y aquellos que requieren aprobación previa.

	Superior Jerárquico ²	Director General de la entidad / Country Manager	Comité Ético	
REGALO/INVITACIÓN				
RECIBIDO valor unitario por persona sin impuestos				
< 150 €	Debe estar informado		Debe estar informado si la suma anual total excede de 300 €	situación deseada
Entre 150 € y 250 €	Debe dar su autorización previa por escrito		Debe estar informado	debe ser excepcional
> 250€		Debe dar su autorización previa por escrito	Debe estar informado	debe ser excepcional
OFRECIDO valor unitario por persona sin impuestos				
< 150 €	Debe estar informado		Debe estar informado si la suma anual total excede de 300 €	situación deseada
Entre 150 € y 250 €	Debe dar su autorización previa por escrito		Debe estar informado	debe ser excepcional

¹ O, en el caso de agentes, subcontratistas, etc. a su persona de contacto dentro de Econocom.

² O, en el caso de agentes, subcontratistas, etc. a su persona de contacto dentro de Econocom.

> 250€

Debe dar su
autorización previa
por escrito

Debe estar informado

debe ser
excepcional

Información del Comité Ético

El Comité Ético debe ser informado vía email y la información debe proporcionarse bien en el email o a través de la ficha correspondiente (Anexo 1) en cuanto los límites sean superados:

- valor unitario por persona superior a 150 euros sin impuestos
- valor anual total de más de 300 euros sin impuestos (para el mismo beneficiario/donante)
- valor total superior a 5.000 euros sin impuestos (para un evento comercial realizado por ECONOCOM)

Anexo 1 – Ficha de información al Comité de Ética



Anexo 1 Regalos e
Invitaciones.xlsx

5.2 Adaptación de los límites a nivel local

En algunos países, estos límites de grupo representan una cantidad considerable. Por lo tanto, las entidades pueden reducir este límite a nivel local. Antes de ofrecer regalos o invitaciones, cada responsable debe actuar con discernimiento y asegurarse de que el regalo o la invitación son razonables y se ajustan a las normas y prácticas locales.

6 Especificaciones para los regalos

Regalos monetarios o equivalentes

Los regalos monetarios o equivalentes (por ejemplo: cheques, vales regalo, tarjetas regalo de prepago, préstamos, metales preciosos, acciones, etc.) están siempre prohibidos, incluso si su valor es inferior al límite de 150 euros.

Regalos personales

Cualquier regalo personal (por ejemplo: regalos por nacimiento, regalos de boda, etc.) ofrecido por un representante de ECONOCOM están permitidos siempre que no sean pagados por el grupo ECONOCOM o cualquiera de sus entidades.

Nunca debe ofrecerse o recibirse un regalo personal con la intención de eludir esta o cualquier otra política de grupo de ECONOCOM.

Regalos ofrecidos por proveedores

Los empleados que participan en las decisiones de compra o selección de proveedores nunca deben aceptar regalos a título individual, ya sea de proveedores existentes o potenciales.

Regalos que no puedan ser rechazados o devueltos

Si un regalo recibido no puede ser rechazado o devuelto sin ofender al donante, el receptor debe disponer de él de la manera más adecuada, por ejemplo, donándolo a una organización benéfica.

Esto también aplica a aquellos casos en los que a posteriori resultara que un regalo fue aceptado cuando no cumplía los criterios de aceptación establecidos en el presente procedimiento y ya no pudiera ser devuelto.

7 Especificaciones para las invitaciones

Por regla general, los cónyuges, parejas, hijos y otros miembros familiares de la persona que recibe la invitación no deben acudir a los eventos.

Cualquier excepción debe ser aprobada previamente y por escrito por un miembro de la Dirección General del Grupo.

Eventos organizados por ECONOCOM

1. Organización

Salvo en casos especiales, cualquier evento comercial al que se invite a clientes o socios comerciales será organizado por el departamento de Ventas y Marketing o por el departamento de Comunicación, en nombre y por cuenta de las Entidades en cuestión.

El departamento de Ventas y Marketing y el departamento de Comunicación garantizarán el cumplimiento de esta política para todos los eventos organizados dentro de su ámbito geográfico o funcional (principios, límites, aprobaciones, etc.)

2. Viajes y seminarios

Las invitaciones a viajes y seminarios deben ser estrictamente profesionales.

Invitación ofrecida por los proveedores

Los empleados que participan en las decisiones de compra o selección de proveedores nunca deben aceptar invitaciones personales, ya sean de proveedores existentes o potenciales.

8 Tratamiento contable

Los regalos e invitaciones ofrecidos deben registrarse con exactitud y precisión en las cuentas contables correspondientes y estar debidamente justificados por los documentos apropiados. La redacción de las anotaciones debe ser clara e inequívoca (una redacción ambigua incluye, entre otras, las palabras “otros”, “varios”, etc.).