



# **Política de regalos**

## **Grupo FCC**

30 de julio de 2019

## Índice

0. Control de versiones.....	3
1. Introducción.....	4
2. Ámbito de aplicación .....	4
3. Principios generales.....	5

## 0. Control de versiones

Versión	Fecha	Consejo de Administración
1	30/07/2019	Versión inicial. Aprobada por el Consejo de Administración.

## 1. Introducción

Las prácticas comerciales o de cortesía habituales pueden dar lugar a la entrega o recepción de obsequios de carácter promocional, detalles de cortesía o atenciones en el marco de los usos y costumbres aplicables.

El Grupo FCC no solo aspira a garantizar el cumplimiento estricto de la Ley en todos sus niveles, sino que pretende igualmente añadir un elemento adicional de ejemplaridad que sitúe la actuación del Grupo más allá de cualquier riesgo, no ya de incumplimiento, sino incluso de mero cuestionamiento ético. La honestidad y el respeto a la legalidad y a las normas de la compañía deben ser una constante en el comportamiento diario de todos sus empleados.

El Código de Ética y Conducta del Grupo FCC establece un principio de tolerancia cero ante prácticas de soborno y corrupción, y prohíbe expresamente influir en la voluntad de terceros con el objetivo de obtener ventaja o trato de favor. Por este motivo, es necesario que el Grupo FCC establezca una regulación prudente de la práctica de entrega y aceptación de regalos.

En este contexto, gran parte de la actividad del Grupo está vinculada con contratos licitados por Administraciones Públicas, lo que destaca la necesidad de observar reglas de conducta que alejen de la actuación de la empresa cualquier sombra de duda respecto de su compromiso ético.

Del mismo modo, el Grupo FCC contrata regularmente con un gran número de proveedores, de diversa tipología y entidad, para cubrir sus necesidades de bienes, materias primas y servicios. En este sentido, el compromiso del Grupo FCC con los principios de la libre competencia y el propio interés en que sus procesos de contratación sean efectivos, imponen igualmente la necesidad de mantener una relación profesional y objetiva respecto de potenciales proveedores.

A la vista de estas cuestiones, el Grupo FCC ha desarrollado esta política de regalos y hospitalidades, que pretende establecer principios claros relativos a la realización o aceptación de regalos y hospitalidades por parte de la empresa.

## 2. Ámbito de aplicación

Esta política resulta de aplicación para todas las empresas que integran el Grupo FCC, así como para todos sus empleados. Para cada país o negocio podrán introducirse requisitos más específicos, si fuera necesario o conveniente, pero las especificidades locales o sectoriales no eximirán de la aplicación de los principios establecidos en este documento.

### 3. Principios generales

A los efectos de esta política, se considera regalo cualquier objeto, con independencia de su origen, naturaleza o sus características que se entrega de forma gratuita y voluntaria en el marco de una relación social. Se encuentra incluido en el concepto de regalo las atenciones de hospitalidad, entendiendo por tales las invitaciones a eventos y espectáculos culturales o deportivos, actos sociales y festivos, comidas o viajes, siempre que no sean institucionales, técnicos o formativos.

Pueden entregarse o recibirse regalos de forma ocasional siempre que se trate de una mera cortesía, se ajusten a las prácticas, usos y costumbres del negocio y del territorio y sean razonables.

Debe prestarse especial atención a este tipo de actuaciones, evitando cualquier circunstancia que pudiera dar lugar a dudas acerca de la imparcialidad, objetividad o legalidad del comportamiento de la empresa y sus empleados.

Por ello, los regalos serán recibidos o entregados siempre de forma transparente y con carácter ocasional, sin que ningún empleado del Grupo FCC pueda aceptar o entregar un regalo que no cumpla los siguientes principios:

- a) **Legitimidad en su contenido:** El regalo que se ofrezca o reciba debe ser legítimo en lo que se refiere a su contenido, es decir, no debe tratarse o incluir de objetos o actividades que estén prohibidas por la ley o puedan ser considerados inapropiados o poco profesionales. Además, todos los regalos realizados deberán cumplir con la presente política.
- b) **Legitimidad en su motivación:** El regalo no debe ir dirigido o pretender obtener un futuro trato de favor del Grupo FCC hacia la persona o entidad que realiza el regalo o de dicha persona o entidad en favor del Grupo FCC. En este sentido, y para evitar dudas al respecto, a la hora de aceptar o recibir un regalo se evitarán aquellos que, por coincidencia temporal o por otras razones, puedan percibirse externamente como asociados al ánimo de influir en decisiones profesionales.

En cualquier caso, cada negocio del Grupo FCC establecerá los controles pertinentes en relación a la entrega de regalos.

- c) **Razonabilidad:** El regalo debe ser razonable y adecuado a las convenciones sociales, la costumbre y la práctica comúnmente aceptadas en los distintos lugares del mundo donde el Grupo FCC hace negocios. Igualmente, el regalo debe ser proporcionado en cuanto a la relación existente entre el Grupo FCC y el cliente o proveedor a quien se ofrezca o de quien se reciba el regalo. Cada área de negocio establecerá los controles pertinentes para la entrega de regalos.

Como regla general, se consideran regalos proporcionados aquellos que tengan un valor razonable, entendiendo como tal los regalos con un valor que no sobrepase los 150 Euros, o divisa correspondiente. En relación con los regalos entregados por empleados del Grupo FCC a terceros, el límite de 150 Euros se aplica al valor agregado de todos los regalos, invitaciones o atenciones que hubieran sido recibidos por una misma persona en un período de seis meses. En relación con los regalos recibidos por empleados del Grupo FCC, el límite de 150 Euros se aplica al valor agregado de todos los regalos, invitaciones o atenciones que hubieran sido recibidos de una misma empresa o entidad en un período de seis meses.

En el caso de atenciones de hospitalidad, se consideran razonables, teniendo en cuenta la ubicación, contexto naturaleza del evento, aquellas que no sobrepasen los 75 Euros por persona.

Podrán realizarse monitorizaciones o auditorías tanto internas como externas sobre los gastos realizados en regalos y hospitalidades en aras de un adecuado cumplimiento de la presente política.

No podrán aceptarse o entregarse regalos que supongan dinero en efectivo, bienes fácilmente liquidables en metálico o alternativas equiparables (p.ej., tarjetas regalo o descuentos en establecimientos comerciales físicos u *online*). Tampoco se aceptarán o entregarán regalos a personas que se encuentren al margen de la relación comercial entre el Grupo FCC y su cliente o proveedor.

Tampoco podrán realizarse ni aceptarse regalos a través de persona vinculada, entendiéndose por tal a los cónyuges (o análogos), ascendientes, descendientes y hermanos.

- d) **Unilateralidad:** No podrán solicitarse ni entregarse regalos a terceros ajenos al Grupo FCC que hubieran sido previamente solicitados.