

PROTOCOLO PARA PREVENIR ACTOS DE CORRUPCIÓN**Contenido**

1. PRINCIPIOS GENERALES: LO QUE EL PERSONAL Y LOS SOCIOS COMERCIALES DEBEN SABER Y HACER..	3
2. CULTURA ANTICORRUPCIÓN.....	3
3. NO INFLUENCIA INAPROPIADA.....	4
4. SOBORNO Y EXTORSIÓN.....	4
5. ADECUADA DOCUMENTACIÓN.....	5
6. ADHERENCIA A CONTROLES INTERNOS.....	5
7. INDICADORES DE RIESGO (RED FLAGS / ALERTAS).....	6
8. INCUMPLIMIENTO DE ESTE PROTOCOLO.....	7
9. NORMATIVA LEGAL APLICABLE.....	7
10. FORMAS DE COMUNICACIÓN.....	7
11. DEFINICIONES.....	9
12. REGALOS / VALOR.....	9
13. PERSONAS SERVIDORAS PÚBLICAS.....	10
14. HOSPITALIDAD.....	10
15. VENTAJA INAPROPIADA.....	11
16. DECISIÓN PENDIENTE.....	11
17. VIAJES.....	11
18. TEMAS ESPECÍFICOS DE ANTICORRUPCIÓN.....	12
19. REGALOS, VIAJES, COMIDAS Y HOSPITALIDAD.....	12
20. TRABAJO CON TERCEROS.....	13
21. DONACIONES Y REGALOS A INSTITUCIONES DE GOBIERNO.....	13
22. CONTRIBUCIONES POLÍTICAS.....	13
23. TRANSPARENCIA Y OBJETIVIDAD EN LOS PROCESOS DE COMPRA.....	14

24. REGLAS BÁSICAS PARA TRATOS CON PERSONAS SERVIDORAS PÚBLICAS.....	15
25. REGALOS.....	15
26. VIAJES, COMIDAS Y HOSPITALIDAD.....	15
27. POLÍTICA DE NO REPRESALIAS.....	18
28. LÍNEA DE DENUNCIA.....	18
29. APLICACIÓN GENERAL DE ESTE PROTOCOLO.....	18

COPIA NO CONTROLADA

1. PRINCIPIOS GENERALES: LO QUE EL PERSONAL Y LOS SOCIOS COMERCIALES DEBEN SABER Y HACER

2. CULTURA ANTICORRUPCIÓN

2.1. La cultura anticorrupción de CIMA se fundamenta en la tolerancia cero frente a cualquier forma de corrupción o práctica indebida, tanto en nuestras operaciones internas como en nuestras relaciones con clientes, proveedores, autoridades y cualquier tercero.

2.2. Esta cultura constituye el eje de nuestro actuar y busca garantizar que cada decisión y acción se realice bajo criterios de legalidad, transparencia y buenas prácticas al interior de nuestra organización.

2.3. Liderazgo y compromiso de la alta dirección

2.3.1. En CIMA el ejemplo inicia desde lo más alto. Por eso el órgano de gobierno, la alta dirección y la dirección de la organización, deben demostrar un compromiso activo, visible, coherente y sostenido para promover y fomentar una cultura antisoborno. Por ejemplo:

2.3.1.1. Rechazando cualquier forma de corrupción, aunque eso signifique perder un negocio o una oportunidad.

2.3.1.2. Comunicando de manera clara y constante que la corrupción no tiene cabida en nuestra organización.

2.3.1.3. Respaldando con hechos: asignando tiempo, recursos y apoyo real para que la política antisoborno funcione.

2.3.1.4. Actuando con coherencia: si alguien incumple, sin importar el nivel jerárquico, se toman medidas firmes y justas.

2.3.1.5. Adoptando el compromiso de la mejora continua del sistema de gestión anticorrupción.

2.4. Liderazgo y comunicación

2.4.1. Para fortalecer nuestra cultura anticorrupción, el órgano de gobierno, la alta dirección y la dirección de la organización, deberán mostrar una declaración pública de nuestros valores en contra de la corrupción. Esto, con la finalidad de convertir nuestro compromiso en algo visible, verificable y con peso organizacional.

2.4.2. Para ello, cuando menos, deberán:

- 2.4.2.1. Hablar de la integridad de CIMA, en sus mensajes institucionales, reuniones, comunicados y reportes corporativos,
- 2.4.2.2. Establecer canales de comunicación abiertos para discutir dilemas éticos y riesgos de corrupción.
- 2.4.2.3. Reafirmar públicamente, al menos una vez al año, el compromiso de la organización con la política anticorrupción.

3. NO INFLUENCIA INAPROPIADA

- 3.1.1. Nunca buscar influenciar a personas servidoras públicas, clientes, socios comerciales o cualquier otra persona proporcionándole o prometiéndole cualquier cosa de valor para asegurar una ventaja inapropiada como una decisión oficial o inducir a alguien a infringir sus deberes profesionales.
- 3.1.2. Esto se extiende además a pagos para agilizar trámites o servicios, por ej. pagos a personas servidoras públicas para acelerar el desarrollo de una acción rutinaria.
- 3.1.3. Asimismo, nunca solicitar o aceptar algo de valor de un proveedor, cliente, socio comercial o cualquier otra persona por razones similares.

4. SOBORNO Y EXTORSIÓN

- 4.1.1. Si una persona servidora pública, cliente u otro socio comercial solicita o intenta obtener regalos, dinero, favores o algo de valor de parte de personal de CIMA, quien recibe la petición, no debe aceptarla y reportar inmediatamente el evento al Comité de Ética

Cumplimiento para obtener asesoría. Así mismo, el personal (1), accionistas, integrantes del consejo y cuerpo directivo de CIMA nunca debe solicitar beneficios personales a ninguna persona ni organización.

- 4.1.2. (1) Este supuesto implica a los tratos con quienes forman parte de la cadena de valor de CIMA.

5. ADECUADA DOCUMENTACIÓN

- 5.1. Asegurar que los libros, registros y cuentas de la compañía reflejen y documenten adecuada, clara y justamente los asuntos de negocios de acuerdo con todas las leyes aplicables de México.

6. ADHERENCIA A CONTROLES INTERNOS

- 6.1. La estricta adherencia al debido control de la organización (2) es clave para combatir la corrupción. Esto incluye involucrar a todo el personal cuando sea necesario y seguir todos los procedimientos de revisión antes de que se realice un pago o se suscriba un contrato

6.2. Un principio práctico

- 6.2.1. Una persona que autorice pagos debe documentar adecuadamente la transacción y estar en posición de justificar su acción interna y externamente.
- 6.2.2. (2) Puede consultarse el informe de control organizacional elaborado por este equipo consultor.
- 6.3. Las “buenas ideas” que crean una apariencia de cumplimiento pero que oculten el propósito real de un acuerdo o transacción son un bypass contrario a este protocolo. Por ejemplo:
- 6.3.1. Dividir facturas para burlar los límites de manejo de dinero en efectivo.
- 6.3.2. Disfrazar descuentos como “**bonificaciones especiales**” o “**devoluciones**” cuando dichos términos no reflejen la verdadera naturaleza de las transacciones
- 6.3.3. Intentar evitar las políticas y procedimientos de las áreas de finanzas y administración.

7. INDICADORES DE RIESGO (RED FLAGS / ALERTAS)

- 7.1. Son señales de precaución o circunstancias sospechosas que puedan indicar posibles violaciones a este protocolo o a las leyes anticorrupción e instrumentos antisoborno.
- 7.2. Una **Red Flag** no necesariamente significa que haya habido una violación de reglas existentes pero requiere que se hagan indagatorias adicionales. El Comité de Ética y Cumplimiento puede encargarse de la investigación de este tipo de asuntos. CIMA debe asegurarse de que ninguna persona que actúe de buena fe, se vea desfavorecida por reportar una posible violación de este protocolo.

7.2.1. Ejemplos de **Red Flags** incluyen:

7.3. Solicitud de pagos en efectivo o por conceptos inusuales, tales como:

- 7.3.1. A través de cuentas bancarias fuera del país en el que fueron ofrecidos los servicios o donde el receptor del pago tiene su domicilio de negocios; o facturas de o pagos a alguien diferente a nuestro socio comercial.
- 7.3.2. Solicitudes de pagos por adelantado.
- 7.3.3. Solicitudes de pagos sin el nivel apropiado de documentación de soporte.
- 7.3.4. Solicitudes de alterar facturas válidas o de crear facturas sin respaldo material **3** o facturas con números consecutivos **4** aunque las facturas se refieran a transacciones separadas ejecutadas en un largo período de tiempo.
- 7.3.5. Solicitudes por parte de personas servidoras públicas para utilizar un tercero específico, en especial si el tercero es un pariente de la persona, sin experiencia o capacidad para ejecutar el contrato, o si objetivamente existen mejores opciones disponibles.
- 7.3.5.1. **3** Según lo contenido en el código de fiscal de la federación.
- 7.3.5.2. **4** Esto se refiere a folios internos diferentes a los folios fiscales.
- 7.3.6. Solicitudes para trabajar sin un contrato o negativa a firmar una certificación de cumplimiento cuando se requiera.
- 7.3.7. Utilización o negociaciones con compañías “fantasma” o compañías de “papel” (factureras) creadas para recibir ingresos y facilitar transacciones.
- 7.3.8. Términos contractuales que declaren entregables imprecisos o que no describen el trabajo desarrollado.

7.3.9. Violaciones o intentos de violación a las leyes anticorrupción y antisoborno en años recientes o escrutinio público de terceros debido a prácticas de negocios anteriores y públicamente conocidas.

7.4. **Afirmaciones inaceptables:** Algunas personas racionalizan las violaciones de los principios anticorrupción basados en creencias inaceptables o concepciones erróneas acerca del mismo. CIMA espera que su personal muestre cero tolerancia a actitudes como las relacionadas a continuación:

7.4.1. “Los negocios en México son imposibles sin sobornos”.

7.4.2. “Nuestra competencia lo hace todo el tiempo”.

7.4.3. “Perderíamos el negocio si no realizamos el pago

8. INCUMPLIMIENTO DE ESTE PROTOCOLO

8.1. Las violaciones a este protocolo no serán toleradas y podrían acarrear medidas disciplinarias que incluyen la rescisión del contrato de trabajo y pueden escalar a acciones penales si se pone en riesgo legal a CIMA.

9. NORMATIVA LEGAL APLICABLE

9.1. El personal de CIMA debe acatar no sólo este protocolo sino todas aquellas disposiciones legales aplicables en materia de anticorrupción y antisoborno y las mejores prácticas corporativas en relación con estos temas.

10. FORMAS DE COMUNICACIÓN

10.1. En CIMA solo se reconocerán los comunicados enviados por canales oficiales, esto, con la finalidad de fortalecer la credibilidad y confianza de proveedores, clientes o socios. De esta

manera comunicamos que cualquier acuerdo o instrucción tiene que pasar por los canales oficiales, evitando manipulaciones o sobornos.

- 10.2. Este protocolo aplica a todos los empleados, directivos, contratistas y cualquier persona que actúe en nombre de CIMA en relaciones con terceros, incluyendo proveedores, clientes, socios comerciales y autoridades.

10.3. Políticas Generales

- 10.3.1. **Uso exclusivo de canales oficiales:** Todos los comunicados, instrucciones y acuerdos con terceros deben realizarse únicamente a través de los canales oficiales autorizados por la empresa (por ejemplo, correos institucionales, plataformas internas o documentos corporativos oficiales).
- 10.3.2. Quedan expresamente prohibidos los comunicados informales o no autorizados (mensajes personales, chats, llamadas no registradas, etc.) que impliquen compromisos de la empresa.
- 10.3.3. **Comunicación a terceros:** Todos los terceros deben ser informados de que solo se reconocerán comunicados oficiales de la empresa. Se debe dejar constancia de que cualquier instrucción recibida fuera de estos canales no genera efectos legales ni obliga a la empresa.
- 10.3.4. **Registro y trazabilidad:** Cada comunicación oficial debe quedar registrada en los sistemas internos de la empresa, de manera que pueda ser auditada y revisada ante cualquier investigación o duda.

10.3.5. Procedimiento

10.3.5.1. Antes de enviar cualquier comunicación importante a un tercero, verificar que:

- 10.3.5.1.1. Se utilice el canal oficial correspondiente.
- 10.3.5.1.2. La información esté autorizada por el área responsable.
- 10.3.5.1.3. Enviar la comunicación y guardar copia en los sistemas internos de registro de la empresa.

- 10.3.5.1.4. En caso de recibir un comunicado de un tercero que no cumpla con los canales oficiales, no se debe dar curso a la solicitud y se debe reportar inmediatamente al área de control.

11. DEFINICIONES

12. REGALOS / VALOR

- 12.1. Regalos / Valor, es algo que proporciona un beneficio tangible o intangible al receptor. Este término debería ser interpretado amplia y generalmente para incluir:

- 12.1.1.1. Dinero, acciones, bonos, tarjetas de regalo u otros equivalentes en dinero.
- 12.1.1.2. Regalos o mercancías sin costo.
- 12.1.1.3. Servicios.
- 12.1.1.4. Ofertas de empleo.
- 12.1.1.5. Gastos de viaje, comidas u hospitalidad.
- 12.1.1.6. Contribuciones políticas o donaciones de caridad.
- 12.1.1.7. Subsidios, descuentos o préstamos.
- 12.1.1.8. Patrocinios o pago de honorarios.
- 12.1.1.9. Ventajas personales o comerciales.
- 12.1.1.10. Arreglos para actividades "suplementarias" o post-contractuales.

- 12.2. **NOTA:** Proporcionar algo de valor a parientes, amigos o colegas de cierta persona es igualmente considerado como beneficios indirectos para esa persona.

12.3. Ejemplos de regalos incluyen:

- 12.3.1. Ropa, artículos de oficina o regalos para ocasiones especiales/de temporada.
- 12.3.2. Artículos publicitarios de valor nominal.
- 12.3.3. Boletos para eventos deportivos o culturales, tales como partidos de fútbol, teatro o conciertos, cuando no sean utilizados en conexión con hospitalidad de negocios.
- 12.3.4. Beneficios financieros como préstamos.
- 12.3.5. Créditos, descuentos o bonificaciones que benefician personalmente a una persona.
- 12.3.6. Trabajo, materiales, servicios, reparaciones o mejoras.

- 12.4. **NOTA.** Proporcionar regalos a parientes, amistades o colegas de cierta persona es igualmente considerado como beneficios indirectos para esa persona.

13. PERSONAS SERVIDORAS PÚBLICAS

- 13.1. Personal de CIMA interactúa con muchas personas que pueden ser consideradas servidoras públicas bajo las disposiciones legales. Las personas servidoras públicas incluyen a cualquier persona empleada por gobiernos federales, estatales o municipales o que actúen en nombre de dichos gobiernos. Por consiguiente, debe interpretarse el término “Personas Servidoras Públicas” amplia y generalmente para incluir:
- 13.1.1. Cualquier persona elegida o nombrada miembro del poder ejecutivo, legislativo o del judicial.
 - 13.1.2. Cualquier persona empleada de un departamento gubernamental, agencia o institución, a niveles municipal, estatal y federal.
 - 13.1.3. Cualquier persona que actúa a nombre del gobierno.
 - 13.1.4. Cualquier persona empleada por una compañía cuyo principal accionista es el estado o es controlada por el gobierno.
 - 13.1.5. Cualquier persona empleada por un partido político o cualquier persona actuando en nombre de un partido político.
 - 13.1.6. Cualquier persona que es candidato a un puesto de elección popular.

14. HOSPITALIDAD

- 14.1. Ejemplos de hospitalidad incluyen la organización de eventos o actividades de CIMA que puedan involucrar a terceros, incluyendo:
- 14.1.1. Reuniones de negocios incluyendo comidas.
 - 14.1.2. Actividades de recreación.
 - 14.1.3. Eventos deportivos o culturales.
 - 14.1.4. Eventos de entretenimiento y educativos

14.1.5. Fiestas, galas, inauguraciones y festivales.

15. VENTAJA INAPROPIADA

15.1. Una “ventaja inapropiada” es cualquier ventaja que de forma injusta o ilegal adelantaría el trámite de los intereses de negocios de CIMA. El término debería ser interpretado amplia y generalmente para incluir la obtención indebida de cualquier interés comercial/financiero, tales como ventas, licitaciones, contratos, reducciones de impuestos, aprobaciones regulatorias o exenciones/excepciones de requerimientos regulatorios.

16. DECISIÓN PENDIENTE

16.1. Una “**decisión pendiente**” ocurre cuando acción o decisión formal o informal de carácter regulatorio, legal, administrativo o legislativo en un tema específico que afecte a CIMA está siendo revisada actualmente o está en proceso de expedición. Por ejemplo, una decisión pendiente puede relacionarse a contratos, licitaciones, adjudicaciones, expedición de permisos o licencias de construcción, despachos de aduanas, solicitudes a autoridades tributarias entre otros.

17. VIAJES

17.1. Los gastos de viaje incluyen:

- 17.1.1. Boletos de avión, tarifas de taxis y alquiler de vehículos.
- 17.1.2. Gastos de hotel o alojamiento.
- 17.1.3. Gastos de comidas.

18. TEMAS ESPECÍFICOS DE ANTICORRUPCIÓN

19. REGALOS, VIAJES, COMIDAS Y HOSPITALIDAD

19.1. Cierta tipo de regalos, gastos de viaje, comidas y hospitalidad se dan con frecuencia y de forma natural en las relaciones comerciales o profesionales. Sin embargo, cuando son manejados de forma incorrecta, los regalos, el pago de gastos de viaje, las comidas y la hospitalidad pueden crear una percepción de una actividad inapropiada, un conflicto de interés o, peor aún, una violación a las disposiciones anticorrupción. Aunque las costumbres y prácticas usuales pueden diferir, cada integrante de CIMA debe asegurarse que, cuando dicho beneficio sea ofrecido o concedido, sea realizado de manera adecuada.

19.2. Los siguientes principios deben cumplirse:

- 19.2.1. El beneficio, su valor y la identidad tanto de la persona otorgante como de quien recibe deben ser conocidas y ser transparentes.
- 19.2.2. El beneficio debe cumplir con la legislación aplicable 5, política interna y mejores prácticas corporativas.
- 19.2.3. El personal de CIMA nunca debe ofrecer un beneficio para asegurar una ventaja inapropiada.
- 19.2.4. Los regalos, viajes, comidas y hospitalidad siempre deben ser apropiados y nunca excesivos. De este modo las reglas establecidas en este protocolo pueden servir también como referencia en cualquier caso de duda acerca del cumplimiento de un beneficio específico, a clientes del sector público y a socios comerciales 6.
- 19.2.5. Consultar la Ley General de Responsabilidades Administrativas.
- 19.2.6. 6 Para efectos de esta política, está utilizándose el término de SOCIO COMERCIAL para referirse a las distintas empresas de CIMA, como a las empresas que forman parte de la cadena de valor (proveeduría).

20. TRABAJO CON TERCEROS

- 20.1. Ninguna persona integrante de CIMA o de sus socios comerciales, puede influir inapropiadamente a personas servidoras públicas, clientes, proveedores, o a cualquier persona otorgándole algo de valor para asegurar una ventaja inapropiada, tampoco debe utilizarse deliberadamente a una tercera persona para hacerlo. Está prohibida la realización de pagos a cualquier persona o empresa, cuando haya razón para sospechar que dicho pago será transferido total o parcialmente a otra para asegurar una ventaja inapropiada.
- 20.2. Como precaución, debe efectuarse la diligencia debida (*due diligence* en materia de anticorrupción) antes de utilizar a personas o empresas que interactúen con personas servidoras públicas.
- 20.3. Además, los contratos suscritos con personas jurídicas deberán contener representación apropiada y obligaciones de adherencia a este protocolo y a la legislación anticorrupción relevante.

21. DONACIONES Y REGALOS A INSTITUCIONES DE GOBIERNO

- 21.1. Las donaciones y ofrecimientos siempre deben cumplir con las pautas establecidas en este protocolo.
- 21.2. No debe hacerse ninguna donación por parte de CIMA o de FUNDACIÓN CIMA que pueda dar la apariencia de que está haciéndose para obtener ventajas en algún contrato o licitación. ⁷
- 21.3. ⁷ Consultar el Protocolo de Actuación de Fundación CIMA

22. CONTRIBUCIONES POLÍTICAS

- 22.1. CIMA no hace ninguna contribución como compañía a partidos políticos, políticos o candidatos a un cargo público. Cualquier cámara o asociación de la que CIMA sea integrante, puede hacer contribuciones bajo su propio nombre y responsabilidad y en cumplimiento de la legislación aplicable, tomando en cuenta las leyes sobre partidos políticos en particular.

23. TRANSPARENCIA Y OBJETIVIDAD EN LOS PROCESOS DE COMPRA

23.1. En CIMA existe una cultura de cero tolerancia a los actos de corrupción, por lo que se establecen mecanismos de transparencia y objetividad en los procesos de compra, con lo cual demuestra que las adquisiciones se basan en criterios objetivos y estudios de mercado, transmitiendo de esta manera, seguridad a terceros de que están tratando con una empresa seria y ética. Así mismo, con ello se fortalece la cultura de transparencia y rendición de cuentas dentro de la organización.

23.2. Procedimiento para la adquisición de bienes y servicios

23.2.1. Toda adquisición de bienes o servicios deberá realizarse bajo criterios de transparencia, objetividad y justificación documentada, con el fin de prevenir actos de corrupción, soborno o favoritismo hacia proveedores.

23.3. Reglas específicas

23.4. Múltiples opciones:

23.4.1. Siempre que sea posible, deberán solicitarse y compararse al menos tres cotizaciones de proveedores distintos.

23.5. Justificación de la decisión:

23.5.1. El área solicitante y/o responsable de adquisiciones deberá elaborar un estudio comparativo (precio, calidad, tiempos de entrega, condiciones comerciales, etc.) que fundamente la selección del proveedor.

23.6. Excepción – proveedor único:

23.6.1. En caso de que solo exista sólo un proveedor que cumpla con los requisitos, se deberá elaborar un estudio de mercado que documente la inexistencia de alternativas y dicho estudio quedará archivado como respaldo para auditoría.

23.7. Documentación y trazabilidad:

- 23.7.1. Toda decisión de compra debe contar con soporte documental y estar disponible para revisión por el área de control, auditoría interna o alta dirección.

24. REGLAS BÁSICAS PARA TRATOS CON PERSONAS SERVIDORAS PÚBLICAS

- 24.1. Las circunstancias en las cuales CIMA puede otorgar beneficios a personas servidoras públicas son muy limitadas. El personal de CIMA debe, por tanto, ejercer el máximo cuidado cuando otorgue cualquier beneficio a una persona servidora pública.

24.2. Los siguientes principios deben cumplirse:**25. REGALOS**

- 25.1. Un regalo puede ser ofrecido a una persona servidora pública solamente si se cumplen los siguientes principios:

- 25.1.1. El regalo es de valor marginal y es otorgado como un asunto de tradición **8** y cortesía.
- 25.1.2. El regalo no tiene forma de dinero en efectivo, equivalente a efectivo, certificado de regalo o cheque.
- 25.1.3. El regalo es cultural y socialmente apropiado y/o habitual para la ocasión.
- 25.1.4. El regalo es proporcionado en un entorno abierto, transparente y apropiado.
- 25.1.4.1. **8** Se sugieren artículos propios de la región donde nació CIMA.
- 25.1.5. No se sugieren artículos promocionales o publicitarios que contengan el logo de CIMA

26. VIAJES, COMIDAS Y HOSPITALIDAD

- 26.1. El pago de viajes, comidas y hospitalidad en general para personas servidoras públicas debería ser la excepción, no la regla. Está permitido únicamente si se cumplen los siguientes principios:

- 26.2. Los gastos de viaje, comidas u hospitalidad son para un propósito legítimo de negocios, por ejemplo relacionados con:
- 26.2.1. La promoción, demostración o explicación de productos del portafolio de negocios de CIMA o de visitas a Plantas o CEDIS de CIMA para comprobar la capacidad operativa y el cumplimiento del contrato.
 - 26.2.2. El suministro de información legítima de carácter educativo relevante para el negocio de CIMA.
- 26.3. Los gastos de viajes, comidas y hospitalidad deben ser de valor razonable y no excesivos.
- 26.4. Cualquier integrante de CIMA que trate con personas servidoras públicas debe familiarizarse con cualquier regla específica sobre dichas interacciones y con este protocolo. Todos los gastos deben documentarse por escrito.
- 26.5. Incluso si los viajes, comida u hospitalidad para una persona servidora pública son permitidos, es crítico que el personal de CIMA evite cualquier apariencia de improcedencia. Por consiguiente, se deben cumplir las siguientes instrucciones prácticas:
- 26.5.1. **Acompañamiento.** Generalmente la hospitalidad no debe ser proporcionada a invitados, cónyuges, miembros de la familia o amistades de la persona servidora pública.
 - 26.5.2. **Alojamiento y lugares.** Todas las reuniones y alojamiento deberán llevarse a cabo en lugares apropiados y que sean propicios para el propósito de las reuniones. Lugares extravagantes o destinos turísticos populares y de alto desembolso, deben evitarse.
 - 26.5.3. **Agendas e itinerarios.** Una agenda que refleje claramente el propósito de la reunión o el viaje debe prepararse con antelación y debe seguirse estrictamente. El itinerario no debe incluir escalas para propósitos personales.
 - 26.5.4. **Asistentes.** Las personas servidoras públicas deberán ser invitadas únicamente con un número apropiado de personas para llevar a cabo el propósito predefinido de negocios asistiendo a las reuniones, conferencias o viajes. La selección de personas debe ser justificada. Ninguna persona servidora pública que esté involucrada en una *decisión pendiente* relacionada con el negocio de CIMA puede participar a menos que la reunión tenga el propósito expreso de aportar elementos objetivos de cumplimiento del contrato

para tomar tal decisión o habiendo confirmado que no hay riesgo de ejercer o aparentar ejercer una influencia inapropiada.

- 26.5.5. **Aprobación de la superioridad jerárquica / transparencia.** El pago de viajes, comidas y hospitalidad a personas servidoras públicas, incluyendo patrocinios a simposios, conferencias y reuniones similares debería ser transparente para las y los superiores de la persona servidora pública. Como mínimo, CIMA debe notificar a tales superiores sobre los beneficios exactos a ser proporcionados, la agenda y qué personas de la institución relevante fueran invitadas, o, al menos obtener confirmación por escrito de que se han divulgado los beneficios y que está permitido bajo los estatutos de su dependencia.
- 26.5.6. Aplican excepciones en caso del “día a día” o de rutina, tales como el suministro de comidas razonables de negocios.
- 26.5.7. **Gastos.** CIMA únicamente cubrirá los gastos razonables de traslados, comidas, alojamiento/hospedaje. CIMA no paga entretenimiento individual no relacionado, como eventos deportivos o viajes turísticos. No se pueden realizar pagos para compensar a la persona servidora pública por el tiempo gastado atendiendo a una reunión. CIMA no apoya la participación de personas servidoras públicas en eventos sin un balance apropiado entre el propósito de negocio del viaje y las actividades de entretenimiento o tiempo libre proporcionadas. El entretenimiento debe ser menor en tiempo y costos en comparación con las actividades de negocio.
- 26.5.8. **Ubicación.** Las reuniones y conferencias no deberían realizarse fuera de la ciudad de origen de la persona servidora pública excepto cuando se justifique desde un punto de vista logístico o de seguridad o si el asunto relevante está vinculado a una ubicación particular.
- 26.5.9. **Hospitalidad.** La hospitalidad que involucre a personas servidoras públicas debe limitarse a comidas generadas debido al propósito principal de las reuniones. CIMA no debe ofrecer o pagar a las personas servidoras públicas para participar en ninguna actividad de entretenimiento individual u otras de tiempo libre, sociales o deportivas. El

entretenimiento de naturaleza modesta que es complementario a bebidas o comidas, tales como comida típica o tradicional o entretenimiento no lujoso, son aceptables.

- 26.5.10. **Comidas.** Las comidas y bebidas deberían ser moderados y razonables y estar directamente conectados con una discusión legítima de negocios.
- 26.5.11. **No pagos en efectivo.** Están prohibidos los pagos directos a personas servidoras públicas (viáticos) para cubrir gastos del día a día en un viaje.
- 26.5.12. **Reembolsos.** Cualquier pago por gastos de personas servidoras públicas deben ser hechos directamente a los proveedores de servicios, tales como aerolíneas, hoteles o restaurantes.
- 26.5.13. **Terceros proveedores de servicios.** Los proveedores de servicios contratados por CIMA para hacer arreglos de viajes, comidas o entretenimiento deben acatar los criterios de esta política anticorrupción.

27. POLÍTICA DE NO REPRESALIAS

- 27.1. Está estrictamente prohibido emprender cualquier acción que pueda considerarse como represalia contra la o las personas que reporten conductas contrarias al presente protocolo o al programa de cumplimiento normativo de CIMA. Cualquier acto de esta índole debe ser reportado de inmediato al Comité de Ética y Cumplimiento, el cual, de acuerdo con el Protocolo de Investigaciones Internas de CIMA, realizará la investigación correspondiente y propondrá las medidas disciplinarias.

28. LÍNEA DE DENUNCIA

- 28.1. El personal, accionistas, integrantes del consejo, cuerpo directivo y quienes forman parte de la cadena de valor de CIMA, podrán reportar cualquier falta a este protocolo, a través de <https://cima.linea-etica.com/>.

29. APLICACIÓN GENERAL DE ESTE PROTOCOLO

- 29.1. Deberá realizarse Sesión de Consejo para aprobar y formalizar su implementación.
- 29.2. Como parte de los procedimientos operativos de CIMA y sus socios comerciales, cuando estén realizándose negociaciones con clientes potenciales en estados diferentes a donde ya se tienen contratos, debe revisarse la legislación anticorrupción vigente en ese estado.
- 29.3. Una vez aprobado el presente protocolo, se debe difundir por todos los medios existentes, en todas las sedes e instalaciones de CIMA y con sus socios comerciales en todo el país.
- 29.4. Se hará de manera directa con los directivos generales y regionales y mediante medios electrónicos con el personal en general.
- 29.5. Se llevarán a cabo reuniones directivas para planear su implementación y capacitación para el personal de las unidades administrativa