

Hillenbrand, Inc.
Código de Conducta Empresarial
Ética

Mensaje del Presidente del Directorio y del Presidente y del Director Ejecutivo

En pocas palabras, todos nosotros en Hillenbrand, Inc. y sus compañías afiliadas, siempre debemos “hacer lo correcto”. En Hillenbrand y sus compañías estamos orgullosos de nuestra tradición de llevar a cabo los negocios en un plano ético elevado basado en la honestidad, la integridad y la competencia comercial leal. Este Código de Conducta Empresarial Ética se aplica a todos los directores, funcionarios y empleados (los “asociados”) de Hillenbrand, Inc. y de sus subsidiarias directas e indirectas, y su objetivo es permitir comprender con claridad los principios éticos de conducta empresarial que se esperan de cada asociado. Cuando se utilizan los términos “Compañía” o “Hillenbrand” en el Código de Conducta Ética Empresarial, éstos representan tanto a Hillenbrand, Inc. como a cada una de las subsidiarias. Por lo tanto, por favor lea estos estándares detenidamente ya que se aplican a usted sin importar para cuál compañía específica de Hillenbrand usted trabaje.

Nuestra reputación de mantener los más altos estándares de conducta ética, trato justo y honestidad en todas las actividades se basa en la integridad personal de nuestros asociados y nuestra dedicación a los principios siguientes:

- **Equidad** – observando la forma y el espíritu de todas las leyes y reglamentaciones, normas contables y políticas empresariales aplicables y cumpliendo con altos estándares de comportamiento moral.
- **Respeto** – junto con la voluntad de solicitar, escuchar y actuar de manera apropiada en respuesta a las necesidades y deseos expresados de nuestros accionistas, directores, compañeros de trabajo, clientes, socios comerciales, vecinos y proveedores.
- **Competencia** – creer en el libre mercado como el mejor mecanismo para producir nuevas ideas y nuevos productos, animando a las personas creativas a ser productivas.
- **Franqueza** – la discusión abierta de proyectos, problemas y cuestiones éticas entre nuestros asociados y con los profesionales legales y contables contratados para que nos ayuden, junto con la franqueza en la discusión de nuestras operaciones y su impacto en las personas que viven alrededor de nuestras instalaciones y franqueza con los proveedores y clientes en las operaciones de compra y venta, protegiendo en cada caso la información confidencial y los secretos comerciales y demostrando respeto por los derechos individuales de privacidad.
- **Prudencia** – creer en el ejercicio prudente de la discreción personal y corporativa.

Todas las acciones de los asociados de la Compañía en los negocios o en la vida pública tienden a realzar o empañar nuestra reputación. Por lo tanto, es imperioso que se observen los más altos estándares de conducta en todos nuestros comportamientos.

Hoy en día, todas las empresas están bajo examen y se espera de ellas niveles cada vez más altos de responsabilidad. Es por ello que el Directorio ha reiterado su firme compromiso de que nuestras prácticas comerciales observen los más altos estándares profesionales, éticos, legales y morales. Una conducta ética, ya sea en el contexto comercial o el personal, sólo puede ser el resultado de una conciencia formada y sensible de lo que está bien y lo que está mal. Un conjunto de normas destinadas a regular la conducta personal no puede prever adecuadamente todas las situaciones que se dan en la vida diaria. Sin embargo, creemos que podemos identificar algunas áreas generales en las que, en un contexto de negocios, pueden plantearse cuestiones éticas, legales y morales. Hemos tratado de articular nuestras políticas generales en base a la conducta esperada en esas áreas.

Además, no podemos olvidar que funcionamos dentro de la sociedad y cada uno de nosotros debe observar y cumplir las normas legales, morales y éticas de la sociedad en el ejercicio de nuestra actividad. Nunca servirá a los intereses de la Compañía que una persona omita cumplir sus obligaciones en aras de una aparente rápida ganancia o ventaja temporaria.

Es nuestra responsabilidad no sólo que nos comportemos de una manera responsable y honesta sino, también, asegurar que los demás hagan lo mismo. Si sabemos de cualquier incumplimiento de los estándares de conducta empresarial de la Compañía estamos obligados a informar sobre esas violaciones. La responsabilidad final de mantener los estándares de conducta empresarial de la Compañía recae en cada uno de nosotros. Como personas íntegras y honestas debemos comportarnos de maneras que sean motivo de orgullo para nosotros y nuestra Compañía.

La Compañía cada tanto puede adquirir activos, negocios y operaciones en nuevos mercados y países. Nuestros actuales asociados, así como los nuevos asociados que se incorporen, siempre deben ser conscientes de que están sujetos al siguiente Código de Conducta Empresarial Ética, así como conocer las leyes de los países en los que operamos. Los asociados también deben saber que cada nuevo negocio que adquirimos o cada nuevo mercado al que entramos pueden traer consigo nuevas cuestiones éticas, sobre todo porque nuestra cartera de negocios evoluciona a medida que la Compañía continúa evolucionando como una compañía industrial global diversificada.

Por favor, lea detenidamente el Código de Conducta Empresarial Ética. Estamos seguros de que cada uno de nosotros cumplirá con el Código y con ello ayudaremos a mantener nuestra reputación de respeto de los más altos estándares de integridad comercial.

Ray J. Hillenbrand
Presidente del Directorio

Kenneth A. Camp
Presidente y Director Ejecutivo

En este Código

Mensaje del Presidente del Directorio y del Presidente y CEO	2
Administración y aplicación	6
Directorio y Comités de Ética	6
Declaraciones de notificación y franqueza	6
Cómo abordar las inquietudes y violaciones	6
Exenciones	7
Consiga ayuda para evitar violaciones	7
Otras informaciones y políticas relacionadas	8
Estándares y directrices	8
Conflictos de intereses	9
Fuentes comunes de conflictos	9
Definiciones	9
Ejemplos específicos	10
Oportunidades corporativas	13
Información confidencial	14
Protección y uso adecuado de los bienes de la Compañía	17
Trato justo	18
Cumplimiento de las leyes aplicables	21
Cumplimiento de las normas antimonopolio	21
La negociación de títulos valores y el uso de información privilegiada	25
Comunicaciones al público, los medios y el gobierno	28
Actividades y contribuciones políticas	29
Hacer negocios con el gobierno	30

Pagos ilícitos, cuestionables o delicados	31
Relaciones con los empleados	34
Cumplimiento de las normas sobre medio ambiente, salud y seguridad	35
Leyes sobre comercio internacional	37
Divulgación; libros y registros	38
Uso de representantes de ventas, agentes, consultores y terceros independientes	40
Denuncias de conductas ilegales o no éticas; responsabilidad	40
Otras Políticas	41

Hillenbrand, Inc.

Código de Conducta Empresarial Ética

(Versión revisada y aprobada por el Directorio el 5 de diciembre de 2012)

Es política de Hillenbrand, Inc. y de todas sus subsidiarias, ya sean de propiedad directa o indirecta de Hillenbrand, Inc. (colectivamente llamadas la “Compañía”), llevar a cabo sus respectivos negocios, operaciones y asuntos financieros de acuerdo con los estándares y directrices de conducta empresarial ética establecidos en este Código de Conducta Empresarial Ética (el “Código”) y en todas las leyes y reglamentaciones aplicables. Este Código se aplica a todos los asociados de la Compañía.

ADMINISTRACIÓN Y APLICACIÓN

Directorio y Comités de Ética. El Directorio de Hillenbrand, Inc. es responsable de la aprobación y supervisión del Código. El Comité de Auditoría del Directorio, en colaboración con el Comité de Nominación/Gobierno Corporativo, se encarga de la implementación y administración del Código, la revisión y evaluación, por lo menos anual, de la eficacia del Código y la recomendación al Directorio de cambios sugeridos en el Código. En consecuencia podrán adoptarse periódicamente suplementos y revisiones del Código. Estos cambios entrarán en vigor después de su aprobación por el Directorio; las revisiones del Código estarán disponibles tan pronto como sea posible.

Para ayudar a los Comités y al Directorio y para proporcionar orientación en situaciones en las que usted pueda tener preguntas sobre el curso de acción a seguir, Hillenbrand, Inc. y sus principales compañías operativas tienen Comités de Ética. En cada uno de estos Comités de Ética habrá miembros del equipo de gestión ejecutiva de la compañía correspondiente. Es la responsabilidad del Director Ejecutivo de Hillenbrand y de los Presidentes de nuestras compañías operativas, con la asistencia de los Comités de Ética, asegurar que este Código haya sido leído y entendido por todos los asociados, así como por los agentes y representantes, de sus respectivas compañías. Los Comités de Ética se reunirán cuando sea necesario para aplicar el Código y abordar las inquietudes planteadas por los asociados. Los Comités de Ética de las compañías operativas, después de cada reunión, informarán con prontitud al Comité de Ética de Hillenbrand acerca del cumplimiento del Código, el estado de las declaraciones de notificación de los asociados y cualquier otro asunto relevante relacionado con el Código. El Presidente del Comité de Ética de Hillenbrand, a su vez, proporcionará regularmente actualizaciones a los Comités de Auditoría y de Nominaciones/Gobierno Corporativo.

Declaraciones de notificación y franqueza. A todos los asociados, incluidos los nuevos, se les pedirá que certifiquen anualmente que comprenden y cumplen con el Código. Según cuál sea su área de responsabilidad también puede pedírsele que certifique que comprende y cumple con ciertas políticas. Las declaraciones de notificación que contengan posibles inquietudes serán revisadas por el Comité de Ética de la compañía correspondiente. Toda la información divulgada de buena fe en las declaraciones de notificación o por otros medios será tratada de forma confidencial, salvo en la medida de lo que fuere razonablemente necesario para proteger los intereses de la Compañía o para cumplir con requisitos legales o regulatorios.

Cómo proceder con las inquietudes y violaciones. Informar en forma rápida y completa sobre cualquier posible inquietud que usted pueda tener es siempre el paso inicial apropiado para resolverla. En caso de duda acerca de una situación particular consulte con su gerente, su supervisor, o el abogado o representante de recursos humanos de la Compañía o con cualquiera de los miembros del Comité de Ética de su compañía. El descubrimiento de sucesos de carácter cuestionable, fraudulento o ilegal que violen o puedan violar las directrices establecidas en este Código o en otras políticas de la Compañía debe ser informado de inmediato a cualquiera de estas personas, y cada una de ellas está obligada a

observar una política de “puertas abiertas” a todos los asociados de la Compañía respecto a estos asuntos. Si los sucesos involucran a miembros de la gerencia que pertenecen a un Comité de Ética, el asunto debe ser comunicado a los otros miembros de este Comité, al Comité de Ética de Hillenbrand o al Director Ejecutivo de Hillenbrand. Además, los asociados pueden informar a través de nuestra línea gratuita de Ayuda para el Código de Ética y Cumplimiento, **1-888-469-1534** (o el número específico del país que pueda añadirse), o en línea desde www.ethicspoint.com. Los asociados que deseen informar anónimamente pueden hacerlo en la medida permitida por la ley aplicable.

Este Código tiene por objeto crear una oportunidad para que los asociados expresen las inquietudes relacionadas con la responsabilidad corporativa, presuntas violaciones de la política de la Compañía, las leyes o reglamentaciones aplicables, u otras supuestas transgresiones corporativas. Recomendamos que dicha comunicación se haga directamente a la Compañía para que podamos investigar y corregir los errores o transgresiones que nuestros asociados puedan descubrir. La Compañía no tolerará ningún tipo de discriminación o represalia contra ningún asociado que, de buena fe, informe violaciones reales o presuntas.

Exenciones. Cualquier exención al cumplimiento de los estándares establecidos en este Código para los funcionarios ejecutivos o los directores sólo podrá ser otorgada por el Directorio de Hillenbrand, Inc. o por su Comité de Auditoría y debe ser dada a conocer rápidamente a los accionistas. El Directorio, su Comité de Auditoría o el Comité de Ética correspondiente podrán conceder exenciones para otros asociados.

Consiga ayuda para evitar violaciones. Debido a que los principios de responsabilidad, integridad y honestidad son fundamentales para la forma en que cada uno de nosotros debemos actuar en nombre de la empresa, la violación de este Código o de cualquiera de las leyes o reglamentos aplicables o las políticas de la Compañía puede ser causa de una acción disciplinaria, hasta el cese de la relación laboral o una acción legal inclusive. Si frente una situación cuestionable, usted actúa antes de que ella ocurra, procurando la ayuda de su gerente, supervisor, el abogado o el representante de recursos humanos de la Compañía, o cualquiera de los miembros del Comité de Ética de su compañía, o la línea de ayuda para el cumplimiento, existe la oportunidad de evitar una violación con estas graves consecuencias.

Entre las señales que advierten que quizás usted deba buscar asesoramiento se cuentan aquellas situaciones en que:

- Los intereses de un asociado y los de la Compañía parecen estar en conflicto;
- Un asociado está en condiciones de recibir un obsequio o un favor personal de un cliente o proveedor;
- La única buena razón para aceptar algo de un cliente o proveedor es que usted siente que se lo merece;
- Un asociado se comunicará con un representante de un competidor;
- Un asociado tiene la oportunidad de revelar información confidencial a alguien fuera de la Compañía;
- Un asociado tiene la oportunidad de comprar o vender acciones de Hillenbrand, Inc. o de un cliente o proveedor sobre la base de información no conocida por los demás;

- Si los hechos se publicaran en la primera plana del periódico vinculados a su nombre, usted se sentiría avergonzado;
- Una decisión es emocionalmente difícil o supone un conflicto entre dos valores positivos; o
- La razón de una decisión se basa en una respuesta como: “Me lo merezco”, “Todos lo hacen”, “No es gran cosa”, “Nadie va a saber”, “A nadie le importa”, “No es mi responsabilidad” o “La Compañía quiere que yo haga esto”.

Aquí hay algunas preguntas que usted debe formularse para determinar si sus acciones son éticas:

¿Adhiero al espíritu y los valores globales así como a la letra de las leyes aplicables o de las políticas de la Compañía?

¿Me gustaría que mis acciones fueran publicadas en la primera plana de un periódico?

¿Qué pensarían mi familia, amigos, vecinos y compañeros de trabajo de mis acciones?

¿Qué le aconsejaría a mi hijo que haga?

¿Me sentiría cómodo testificando acerca de mi decisión bajo juramento?

¿Podrían generarse consecuencias negativas, directas o indirectas, para la Compañía?

¿Me sentiría cómodo describiendo mi decisión en una reunión de todos los asociados?

Otras informaciones y políticas relacionadas. Algunas secciones del Código pueden estar explicadas más detalladamente en otras políticas y directrices aplicables de la Compañía. Por favor, consulte esos materiales para tener una comprensión más cabal de estas secciones. Gran parte del Código describe requisitos legales. No es la intención convertirle en un experto en estos temas. Más bien, tiene el propósito de alertarle sobre los problemas que usted puede enfrentar y permitirle saber cuándo debe buscar orientación de su gerente, supervisor, el abogado de la Compañía o cualquiera de los miembros del Comité de Ética de su compañía. Los miembros de los Comités de Ética deben ser consultados al inicio de las relaciones comerciales, en lugar de más adelante cuando los acuerdos se han anudado tanto que puede ser difícil hacer cambios necesarios.

ESTÁNDARES Y DIRECTRICES

Toda persona que sea empleado, funcionario o director de Hillenbrand o de cualquiera de sus subsidiarias es un “asociado” de la Compañía y tiene la responsabilidad de actuar con ética en todos los aspectos del negocio de la Compañía y de cumplir plenamente con todas las leyes, reglamentaciones y políticas de la Compañía. Se espera de cada uno que asuma la responsabilidad de aplicar estos estándares de conducta ética y de familiarizarse con las diferentes leyes, reglamentaciones y políticas de la Compañía aplicables a sus funciones asignadas. En caso de duda, los asociados tienen la responsabilidad de pedir aclaraciones a su supervisor o, si es necesario, al asesor jurídico, a un representante de recursos humanos o a un miembro del Comité de Ética de su compañía.

CONFLICTOS DE INTERESES

Existe un conflicto de intereses cuando el interés privado de una persona está o parece estar en conflicto con los intereses de la Compañía, es decir, cuando la lealtad de una persona hacia la Compañía y el cumplimiento de las responsabilidades y deberes para con la Compañía está o parece estar afectado por la obtención de un beneficio real o potencial de otra fuente.

Tenemos confianza en la lealtad y honestidad personal de nuestros asociados. Las buenas relaciones con clientes y proveedores y la integridad de nuestros asociados son fuentes cruciales de buena voluntad y absolutamente necesarias para el éxito. Los asociados siempre deben estar en una posición tal que ni sus intereses personales ni terceros influyan en su juicio sobre asuntos de la Compañía.

Ningún asociado debería ser objeto, ni incluso parecer ser objeto de influencias, intereses o relaciones que estén en conflicto con los intereses superiores de la Compañía. Esto significa evitar toda actividad que pueda comprometer o parecer comprometer la integridad de la Compañía o del asociado.

Fuentes comunes de conflictos.

Aunque es imposible preparar una lista de todas las situaciones de conflicto de intereses que podrían surgir, ello ocurre generalmente en cuatro situaciones:

1. **Interés del asociado.** Cuando un asociado, un familiar del asociado o una compañía, organización o fideicomiso en los que el asociado está involucrado tienen un interés económico significativo, directo o indirecto, o una obligación respecto de un competidor, proveedor o cliente real o potencial de la Compañía;
2. **Interés de un familiar.** Cuando un asociado lleva a cabo negocios en nombre de la Compañía con un proveedor o cliente en los que un familiar consanguíneo o por matrimonio es mandante, accionista, funcionario, empleado o representante;
3. **Obsequios.** Cuando un asociado, un miembro del hogar del empleado, una compañía, organización o fideicomiso en los que el empleado está involucrado, o cualquier otra persona física o jurídica designada por el empleado, aceptan obsequios, créditos, pagos, servicios o cualquier otra cosa de un valor superior al simbólico o nominal de un competidor, proveedor o cliente real o potencial; y
4. **Uso indebido de la información.** Cuando un empleado hace uso indebido de información obtenida en el curso del empleo.

Definiciones.

A estos efectos, la expresión "proveedores" comprende a quienes proveen bienes o servicios, tales como consultores, empresas de transporte, instituciones financieras y arrendadores de equipos. "Clientes" incluye no sólo a quienes compran productos o servicios sino, también, a quienes ejercen una influencia considerable sobre nuestros clientes.

Un interés que asciende al uno por ciento o menos de cualquier clase de títulos valores que cotizan en una bolsa de valores reconocida a nivel nacional o que se negocian regularmente en el mercado extrabursátil no será considerado interés económico "significativo" en un competidor, proveedor o cliente comercial en ausencia de otros factores de complicación que deberían hacer que el empleado reconozca

la presencia de un conflicto. Del mismo modo, la existencia de un préstamo con intereses a las tasas normales vigentes en el momento de tomar el préstamo con una institución financiera reconocida no será considerado como "significativo". Sin embargo, cualquier participación en el capital de un competidor, proveedor o cliente comercial que no cotice en ningún mercado debe ser tratado como "significativo" y ser revisado inmediatamente con un abogado.

Ejemplos específicos.

Si bien no es posible describir cada situación, es útil considerar algunos ejemplos en los que hay claros conflictos de intereses de modo que puedan establecerse reglas básicas:

Posición de influencia. Si un asociado o un familiar del asociado tiene un interés económico significativo u otra participación indirecta en un proveedor o cliente real o potencial, el asociado no podrá influir en las decisiones con respecto a los negocios con dicho proveedor o cliente si no lo divulga plenamente y si no tiene autorización específica por escrito del Comité de Ética correspondiente. Tales posiciones incluyen las situaciones en que los asociados preparan especificaciones para materias primas, productos, proyectos o servicios de proveedores; recomiendan, evalúan, prueban o aprueban las materias primas, productos, proyectos o servicios; o participan en la selección o en acuerdos con proveedores.

Disponibilidad. Puede existir conflicto de intereses cuando un asociado se compromete a participar en un emprendimiento de negocios independiente o conviene realizar trabajos o prestar servicios para otra empresa u organización cívica o de bien público en la medida en que la actividad le impide al asociado dedicar al negocio de la Compañía el tiempo y el esfuerzo que su puesto requiere. Un empleado no aceptará un puesto de dirección en otra empresa sin el consentimiento por escrito del director ejecutivo de su compañía ni aceptará un puesto en cualquier organización que le impida al asociado dedicar al negocio de la Compañía el tiempo y el esfuerzo que su puesto requiere.

Competidores. Un asociado no debe brindar servicio, asesorar o asociarse con ninguna persona o empresa que sea un competidor de la Compañía, ya sea como empleado, accionista, socio, director o asesor, a menos que tenga tal capacidad a través de la pertenencia a asociaciones comerciales, grupos de fabricantes y entidades similares, y que la participación del asociado sea solicitada por la Compañía.

Obsequios. Es política de la Compañía que todas las decisiones de negocios se tomen de manera imparcial y equitativa y no sobre la base de obsequios o favores. Por lo tanto, ni el asociado ni ninguno de sus familiares inmediatos podrá solicitar o aceptar favores, obsequios, préstamos u otros beneficios (tales como servicios, vacaciones, viajes, alojamientos o descuentos, además de bienes materiales) de ningún proveedor, cliente o competidor. La única excepción a esta política es entretenimiento casual u obsequios (que no sean dinero) de valor nominal que se ofrezcan habitualmente a otras personas que tienen una relación similar con el proveedor, cliente o competidor o si se obtiene aprobación específica a través de una autorización del Comité de Ética correspondiente. Los asociados deben aplicar su criterio al decidir si un obsequio o entretenimiento tiene valor nominal. Siempre es mejor no aceptarlos en caso de duda. Los artículos clasificados como novedades publicitarias que tienen amplia circulación dentro y fuera de la Compañía (calendarios, pisapapeles, etc.) no violan la política en contra de recibir obsequios. Permitir que el representante de un proveedor pague la cuenta en una comida no constituye una falta, siempre y cuando el negocio fue discutido en igualdad de condiciones y no haya absolutamente ninguna implicación de que se ha montado un acontecimiento inusual con la intención de subvertir la lealtad en lo más mínimo.

Uso indebido de la información.^{2]} Ninguna información obtenida como resultado del empleo o la asociación con la Compañía podrá ser usada con fines de lucro personal o como base para "aconsejar" a otras personas, a menos que la Compañía haya puesto dicha información a disposición del público en general. Esto debe ser así aun cuando parezca o no que existe

involucrado un perjuicio directo para la Compañía. Este requisito, en lo que se refiere a operaciones con acciones y otros títulos valores, se describe detalladamente más adelante bajo los títulos “Información confidencial” y “La negociación de títulos valores y el uso de información privilegiada”. Sin embargo, el requisito no se limita a operaciones con títulos valores sino que incluye cualquier situación en la que pueda usarse información como base para negociar deslealmente con un tercero. La divulgación pública de datos confidenciales y secretos comerciales relacionados con nuestro negocio puede tener un efecto adverso importante sobre la Compañía y, como se señala más adelante, está prohibida.

Escenario hipotético N° 1 – Conflictos de intereses

Juan es un asociado de la Compañía encargado de las ventas de ciertos productos de la Compañía. La cuñada de Juan acaba de ser empleada en un alto cargo por un cliente al que Juan vende regularmente los productos de la Compañía. ¿Cuál de los siguientes sería el mejor curso de acción para Juan con respecto a este cliente?

- A. Seguir vendiendo productos a este cliente, pero asegurándose de que el precio y las demás condiciones de las ventas sean justos y comparables con las condiciones ofrecidas a otros clientes.
- B. Suspender inmediatamente las ventas a este cliente y notificarle que la Compañía ya no podrá hacer negocios con él.
- C. Notificar a un miembro del Comité de Ética de la compañía para la que Juan trabaja informando del posible conflicto de intereses y pedir orientación sobre cómo tratar a este cliente.
- D. Tratar de hacer que su cuñada quede bien en su nuevo trabajo vendiendo los productos de la Compañía a su nuevo empleador con un gran descuento.

Respuesta: C es la respuesta correcta. Esta situación crea un conflicto de intereses que debe ser puesto en conocimiento del Comité de Ética de la compañía para la que Juan trabaja. A es incorrecta porque bajo este enfoque, incluso aunque las ventas a este cliente se hagan de manera justa e imparcial, existe un riesgo importante de que parezca impropio. B también es incorrecta. Los conflictos de intereses que involucran a asociados individuales, si se manejan adecuadamente, rara vez impiden que la Compañía haga negocios con otra entidad. La clave es compartir esta información con un Comité de Ética.

Escenario hipotético N° 2 – Conflictos de intereses

Tina es una asociada de la Compañía encargada de comprar materiales que se usan en la fabricación de productos de la Compañía. Uno de los proveedores de la Compañía le ofrece a Tina un costoso reloj de oro si Tina se compromete a adjudicarle un importante contrato para la provisión de su producto a la Compañía. ¿Cuál de los siguientes sería el mejor curso de acción para Tina con respecto a esta propuesta?

- A. Aceptar la propuesta. Tina estaba considerando adjudicar el contrato a este proveedor de todos modos, y a ella le vendría bien un reloj nuevo.
- B. Rechazar la propuesta e informar de ello al Comité de Ética de la compañía para la que Tina trabaja antes de tomar ninguna decisión sobre la adjudicación del contrato.
- C. Rechazar el reloj, pero adjudicar el contrato al proveedor.
- D. Esperar a recibir un obsequio mejor porque Tina cree que este contrato probablemente vale un automóvil nuevo.

Respuesta: B es la respuesta correcta. Todas las decisiones de negocios en la Compañía deben tomarse de manera imparcial y justa y no sobre la base de obsequios o favores. A es incorrecta. Incluso si el obsequio no afectó realmente la decisión de adjudicar el contrato al proveedor, es probable que el obsequio les pareciera a otros un factor en la decisión y podría influir en futuras decisiones de negocios. C también es incorrecta. La conducta del proveedor en este caso no se ajusta a los estándares éticos que la Compañía espera de aquellos con quienes hace negocios. En consecuencia, esta conducta debe ser puesta en conocimiento de un miembro del Comité de Ética antes de hacer nuevas operaciones con el proveedor.

Escenario hipotético N° 3 – Conflictos de intereses

Los mismos hechos que en el escenario 2 anterior, pero en vez de pedir el compromiso de Pedro de que le adjudicará el contrato, el proveedor le ofrece el reloj “sólo para agradecer” los negocios que Pedro le ha dado en el pasado. Pedro debe:

- A. Agradecer al proveedor por el obsequio, pero decirle que las políticas de la Compañía le exigen declinarlo.
- B. Aceptar el obsequio. Como Pedro no le está dando nada a cambio al proveedor no hay nada malo en recibirlo.

Respuesta: A es la respuesta correcta. No importa que el proveedor no esté pidiendo nada específico a cambio del obsequio. Los obsequios de clientes, proveedores o competidores, a excepción de los de valor simbólico o nominal, están prohibidos por el Código debido a la posibilidad de que tales obsequios puedan afectar la imparcialidad de futuras decisiones de negocios, ya sea de hecho o en apariencia.

Escenario hipotético N° 4 – Conflictos de intereses

Recientemente, usted ha decidido comenzar su propio negocio y tiene la intención de operarlo sin dejar de trabajar para la Compañía. ¿Cuál de las siguientes situaciones estaría permitida por el Código?

- A. Usted es propietario y opera un negocio que no compite de ninguna manera con la Compañía. Usted no usa los recursos de la Compañía para dirigir el negocio y usted lo dirige por completo en su tiempo personal y de una manera que no afecta en modo alguno su capacidad para cumplir con sus deberes como empleado de la Compañía.
- B. Usted es propietario y opera un negocio que no compite de ninguna manera con la Compañía. Usted pasa parte de su tiempo de trabajo en la Compañía atendiendo su negocio y usa las computadoras, teléfonos y otros equipos e insumos de la Compañía para dirigir su negocio.
- C. Usted es propietario y opera un negocio que compite directamente con la Compañía, pero lo dirige por completo en su tiempo personal y de una manera que no afecta en modo alguno su capacidad de cumplir con sus deberes como asociado de la Compañía.
- D. Usted es propietario y opera un negocio que compite directamente con la Compañía. Usted pasa esencialmente todo su tiempo de trabajo en la Compañía atendiendo su negocio, aprovecha todas las oportunidades de usar los recursos de la Compañía para su negocio y presenta gastos asociados a su negocio a la Compañía para su reintegro.

Respuesta: A es la única respuesta correcta. La conducta descrita en cada una de las otras respuestas está estrictamente prohibida. La conducta descrita en la respuesta B está prohibida incluso cuando sea menor la cantidad de tiempo utilizado del trabajo en la Compañía o el alcance del uso de los recursos de la Compañía.

Escenario hipotético N° 5 – Conflictos de intereses

Una persona a la que conoce está creando una empresa que competirá con la Compañía y le ofrece la oportunidad de invertir en ella y de participar en el negocio del competidor. En virtud del Código, puede:

- A. Comprar una participación mayoritaria al competidor.
- B. Comprar una pequeña participación minoritaria al competidor.
- C. Cumplir funciones en la junta directiva del competidor.
- D. Celebrar un acuerdo de consultoría con el competidor según el cual recibirá un pago como consultor del competidor en asuntos relacionados con su negocio.
- E. Ofrecerle a esta persona asesoramiento gratuito sobre cómo manejarse en el negocio.
- F. Ninguna de las anteriores.

Respuesta: F es la respuesta correcta. El Código prohíbe a todos los asociados cumplir funciones, poseer un interés financiero u ofrecer, con o sin compensación, cualquier tipo de asistencia a un competidor de la Compañía. La única excepción es la posesión no mayor del uno por ciento de títulos que coticen en bolsa. El Código permite la propiedad de una participación minoritaria en una compañía privada, según lo previsto por la respuesta B, solo si el Comité de Ética está informado y aprueba la propiedad de esta participación.

OPORTUNIDADES CORPORATIVAS

Una oportunidad corporativa es la que se descubre a través del uso de la propiedad, la información o el puesto como asociado de la Compañía.

Se prohíbe a los asociados sacar provecho personal de las oportunidades corporativas. Cuando un asociado utiliza la propiedad, la información o el puesto corporativo para un beneficio personal, está sacando provecho de una oportunidad corporativa. Debe utilizar las oportunidades corporativas y la propiedad u otros recursos de la Compañía solo para promover los intereses comerciales legítimos de la Compañía.

A veces es difícil establecer el límite entre los beneficios personales y los de la Compañía y a veces existen conjuntamente beneficios personales y corporativos en ciertas actividades. Los asociados que tengan la intención de hacer uso de la propiedad u oportunidades de la Compañía de una manera que no sea en exclusivo beneficio de la Compañía deben consultar de antemano al Comité de Ética.

Escenario hipotético N° 6 – Oportunidades corporativas

La Compañía le solicita identificar sitios potenciales para una nueva planta de fabricación y recomendar uno o más sitios a la gerencia senior. Encuentra dos propiedades disponibles que serían ideales para la nueva planta. Sin embargo, una de las propiedades también sería un sitio ideal para un nuevo centro comercial y usted ha invertido recientemente en un grupo que planea desarrollar un centro comercial. ¿Cuáles de las siguientes afirmaciones representa un curso de acción apropiado?

- A. Presentar solo un sitio a la gerencia de la Compañía y presentar el otro a su grupo de inversión. Usted pensó que las dos propiedades eran buenas por igual para la Compañía, por lo que la Compañía no pierde si no le presentan ambas opciones.
- B. Presentar ambas opciones a la Compañía y solo permitir que su grupo de inversión vaya en búsqueda de la propiedad para el centro comercial cuando la Compañía tomó la determinación de no tomar esa propiedad.
- C. Adquirir ambas propiedades para usted e intentar venderlas a la Compañía por un precio mayor.

Respuesta: B es la respuesta correcta. Ambas propiedades representan oportunidades corporativas de la Compañía. Del mismo modo, se le prohíbe aprovechar la oportunidad para beneficio propio a menos que la Compañía haya establecido claramente que no está interesada en aprovechar la oportunidad.

INFORMACIÓN CONFIDENCIAL

El éxito de la Compañía depende en gran medida del cumplimiento estricto de los asociados con la política corporativa de no divulgar la información que pertenece a la Compañía y otros datos confidenciales. La necesidad de proteger los desarrollos y planes comerciales de la Compañía es particularmente importante. No se tolerará la divulgación no autorizada de información de la Compañía (como registros comerciales, datos comerciales, información personal y financiera, números del seguro social, registros bancarios, planes de adquisición, planes de venta, planes de inversión y otros planes comerciales estratégicos) ya sea en forma verbal o escrita (inclusive en salas de chat anónimas en Internet o paneles de mensajes). En ninguna circunstancia se debe conversar sobre estos asuntos de manera informal como en rumores de oficina, en cócteles, en el hogar o en situaciones similares. Este tipo de conversaciones incrementan en gran medida la posibilidad de que los planes estratégicos de la Compañía sean conocidos por otros antes del momento en que la Compañía esté preparada para ejecutarlos. La divulgación prematura daña la flexibilidad de planificación de la Compañía y podría imposibilitar que concluya el proyecto propuesto. Se dedica mucho tiempo y esfuerzo en el desarrollo de los planes estratégicos de la Compañía.

Recuerde que el éxito de la Compañía depende en gran medida del cumplimiento estricto de la política corporativa de no divulgación de la información confidencial por parte de todos los asociados. Compartir tal información con otros puede: (a) dar como resultado sanciones según las leyes de títulos, tanto en EE.UU. como en el extranjero, (b) constituir robo de secretos comerciales, que es un delito, (c) generar críticas y bochorno para el empleado y la Compañía, (d) poner en riesgo la capacidad de la Compañía de lograr sus objetivos estratégicos y (e) violar los derechos de privacidad de un individuo. Si cada asociado se abstiene de conversar sobre los aspectos confidenciales de los negocios y las operaciones de la Compañía con personas dentro de la Compañía que no estén familiarizadas con la información confidencial, y con personas ajenas a la Compañía, evitará tener que asumir la responsabilidad, el bochorno para sí mismo y daños a la Compañía.

Asimismo, debe mantenerse la confidencialidad de la información obtenida de terceros (como registros comerciales, datos comerciales, información personal y financiera, números de seguro social, registros bancarios). Por ejemplo, usted no debe intentar obtener secretos comerciales, información propia u otra información confidencial de los competidores a través de postulantes a empleo o nuevos asociados contratados.

Escenario hipotético N° 7 – Información confidencial

Usted y su compañero de trabajo, Steve, se toman un descanso una tarde y van a tomar un café en el Starbucks local. Mientras esperan en la fila para pedir el café, Steve inicia una conversación (en voz bastante alta) sobre los planes de la Compañía de comprar otra empresa. (Steve se enteró de esta adquisición al escuchar sin querer una conversación en la sala de descanso). Si bien usted también se enteró de la adquisición, también conoce la política corporativa sobre la información confidencial. ¿Cómo debe responder a los comentarios de Steve?

- A. Compartir con Steve lo que escuchó.
- B. Girar hacia la persona que se encuentra detrás en la fila (que resulta ser el Presidente de un competidor) y decir: “¡qué noticia increíble!”.
- C. Ignorar el comentario de Steve.
- D. Recordarle en forma discreta que la adquisición es información confidencial de la Compañía y que no debería conversar sobre eso en público.

Respuesta: D es la respuesta correcta.

Escenario hipotético N° 8 – Información confidencial

Al regresar al trabajo, Steve desea continuar la conversación sobre la adquisición en el pasillo entre sus dos oficinas. ¿Puede ahora conversar sobre el tema abiertamente por encontrarse dentro de las instalaciones de la Compañía?

- A. Sí, es aceptable conversar sobre la adquisición entre los asociados de la Compañía.
- B. No, usted y Steve no deben continuar conversando sobre el tema.
- C. No, usted y Steve solo deben conversar sobre la adquisición en la privacidad de una de sus oficinas.
- D. Sí, posiblemente todos los asociados de la Compañía tengan conocimiento de la adquisición ya que usted y Steve se enteraron de ella.

Respuesta: B es la respuesta correcta.

Escenario hipotético Nº 9 – Información confidencial

Una noche se queda en la oficina para finalizar algunos documentos financieros que incluyen información sobre el estado financiero de la Compañía. Cuando son las 11:00 p.m., decide dejar de trabajar e irse a su hogar. Como está cansado, se pregunta si debe dejar su computadora encendida para poder reanudar el trabajo ni bien llegue a la oficina a la mañana siguiente. Por lo que ve, no hay nadie alrededor, excepto el personal de limpieza y nadie se tomará la molestia de ver su computadora. ¿Qué debe hacer?

- A. Apagar la computadora para asegurarse de que nadie pueda obtener acceso a los estados contables.
- B. Dejar la computadora encendida, pero apagar el monitor para que nadie venga a su oficina y piense que la computadora está encendida.
- C. Dejar la computadora y el monitor encendidos ya que llegará temprano mañana.
- D. Apagar la computadora y llevarse los documentos para revisarlos en su hogar.

Respuesta: A y D son las respuestas correctas. La respuesta D plantea una cuestión importante respecto de la información confidencial: cada compañía de Hillenbrand debe asegurarse de que si sus asociados pueden llevarse información confidencial fuera de la oficina estos deben comprender que es necesario proteger esa información contra toda divulgación.

Escenario hipotético Nº 10 – Información confidencial

Si bien ha disfrutado de una próspera carrera profesional en la Compañía, uno de los competidores de la Compañía le hizo una propuesta que no puede rechazar. Realizará las mismas tareas laborales que hace en la Compañía (ventas). Aunque el potencial empleador no le solicitó ninguna información relacionada con los clientes de la Compañía, usted sospecha que si proporciona la información de los clientes le ayudaría a tener un comienzo fabuloso con su nuevo empleador. Con este propósito decide llevarse la información de los clientes con los que tiene relación: nombres, direcciones, historial de compras y persona de contacto de cada cliente. Calcula que, de todos modos, esta información le pertenece en cierto grado ya que fue usted el que mantuvo las relaciones durante años. ¿Existe algún problema?

- A. No, esos son sus clientes y usted tiene derecho a mantener la relación independientemente de dónde trabaje.
- B. No, si los clientes fueran importantes para la Compañía, esta última hubiera igualado la propuesta de la nueva compañía para que usted se quede.
- C. Sí, las listas de clientes pueden considerarse información confidencial de la Compañía.
- D. Sí, la Compañía podría imponerle una orden judicial para evitar que se lleve o utilice la información de los clientes.

Respuesta: C y D son las respuestas correctas.

PROTECCIÓN Y USO ADECUADO DE LOS BIENES DE LA COMPAÑÍA

Proteja los bienes y los recursos de la Compañía como si fueran propios. Los asociados son responsables de utilizar los recursos y los bienes de la Compañía (incluidos los gastos por viáticos, el tiempo, los materiales, las computadoras, los teléfonos y otros equipos e información propia de la Compañía) solo para fines comerciales corporativos y no para beneficio personal. Los inventos e ideas desarrollados utilizando los bienes de la Compañía durante su horario de trabajo pertenecen a la Compañía y no deben ser divulgados, utilizados ni comercializados excepto por y para la Compañía. Estos inventos son propiedad de la Compañía y deben divulgarse a su supervisor, gerente o asesor jurídico para tomar medidas adecuadas futuras. Los bienes de la Compañía solo deben utilizarse para fines corporativos. El uso de tecnologías o bienes provistos por la Compañía para llamadas, correos electrónicos u otros asuntos similares de naturaleza personal debe ser excepcional. Se espera que realicemos solo actividades relacionadas con la Compañía durante el horario laboral. Los asociados no deben llevar a cabo negocios que no sean de la Compañía ni buscar negocios para una empresa no relacionada con ella durante el horario laboral de la Compañía.

Escenario hipotético N° 11– Protección y uso adecuado de los bienes de la Compañía

Usted es empleado del departamento de servicios informativos de la Compañía. En su tiempo “libre” en el trabajo ha creado un programa de software que le permite generar y mantener una base de datos de todos los vendedores de la Compañía. Si bien comprende que la información de la base de datos pertenece a la Compañía, considera que el programa de software que desarrolló le pertenece a usted. Está pensando en desvincularse de la Compañía y planea llevarse la base de datos para usarla en su próximo trabajo. Quién sabe, quizás sea recompensado por eso. ¿Se le permite hacerlo?

- A. Sí, usted creó el programa; por lo tanto, es suyo.
- B. Sí, nunca firmó un acuerdo con la Compañía sobre inventos.
- C. No, creó el software durante el horario laboral con propiedad de la Compañía.
- D. No, pero nadie se enterará jamás.

Respuesta: C es la respuesta correcta.

Escenario hipotético N° 12– Protección y uso adecuado de los bienes de la Compañía

Usted acaba de ingresar a la Compañía como vendedor. Anteriormente había trabajado con el principal competidor de la Compañía en la región. Decide que un amigo que aún trabaja en la compañía competidora sería una incorporación fabulosa para la Compañía. Además, cree que si trae a su amigo a la Compañía como empleado, eso impresionaría a su nuevo jefe ya que su amigo tiene una trayectoria en ventas impresionante. Sin embargo, usted está vinculado a un contrato de dos años que le prohíbe captar a un asociado de la competencia (una cláusula incluida en su contrato de empleo del competidor). ¿Debe contactar a su amigo para el trabajo?

- A. Sí, la Compañía necesita nuevos vendedores.
- B. No, contactar a su amigo para unirse a la Compañía violaría las condiciones de su acuerdo laboral.
- C. Sí, su anterior empleador nunca sabrá cómo su amigo se enteró del trabajo.
- D. No, no desea arriesgarse y que su nuevo empleador tenga problemas.

Respuesta: B y D son las respuestas correctas.

Escenario hipotético N° 13– Protección y uso adecuado de los bienes de la Compañía

La Compañía lo envía a Home Depot a comprar (con la tarjeta de crédito corporativa de su gerente) un artículo de emergencia que necesita el almacén. Encuentra lo que necesita y mientras espera en la fila para pagar ve una cinta métrica. Tenía la intención de comprar una la próxima vez que fuera a una tienda de artículos de ferretería. Se pregunta si debe comprarla y pagarla con la tarjeta de crédito de la Compañía para evitar demoras en la fila. ¿Qué debe hacer?

- A. Comprarla, de todos modos, la Compañía debería recompensarlo por ir a Home Depot.
- B. Comprarla, solo cuesta \$5. Nunca nadie se dará cuenta.
- C. No comprarla con la tarjeta de crédito de la Compañía, la compra no está autorizada.
- D. Comprarla, pero pagarla con su propio dinero.

Respuesta: C y D son las respuestas correctas.

TRATO JUSTO

Cada uno de nosotros debe tener un trato justo con clientes, proveedores, competidores y asociados existentes y potenciales. Ningún asociado debe aprovecharse en forma desleal de otra persona mediante la manipulación, el ocultamiento o el abuso de información privilegiada y la falsificación de hechos materiales al realizar los negocios de la Compañía; se prohíbe también toda otra práctica que no sea justa. Sea honesto en todos sus tratos.

Incluso debemos evitar la apariencia de una mala acción y, en todo momento, debemos conducir nuestro negocio de acuerdo con los estándares éticos más elevados. Debemos competir únicamente en base a nuestra experiencia y la calidad de nuestros productos y servicios, como así también en nuestra capacidad de mantener lo que ofrecemos y ejecutar los proyectos contratados en forma oportuna y no participar de ninguna manera en una competencia desleal.

Asimismo, no aprobaremos el uso de información confidencial de competidores u otros terceros obtenida durante un empleo anterior u obtenida, en forma directa o indirecta, por medios inadecuados tales como apropiación indebida de información confidencial, soborno, contactos con empleados de un competidor u ocultamiento del hecho de que es un empleado de un competidor. Si la Compañía contrata consultores u otras personas para recopilar información, se aplicarán las mismas reglas.

Estas son algunas pautas adicionales:

- No se aceptan mensajes engañosos deliberados, omisiones de hechos importantes o declaraciones falsas sobre los productos o servicios de un competidor.
- Sea preciso y veraz en todos los tratos con clientes y tenga cuidado de no tergiversar la información sobre la calidad, las funciones o la disponibilidad de nuestros productos o servicios.
- No interfiera con un acuerdo realizado entre un cliente potencial y un proveedor que compita con nosotros.
- Nunca participe en espionaje industrial o soborno comercial.

Además de ser responsables de sus acciones hacia los demás, los asociados deben conservar ciertos documentos que generen o reciban. Cada empleado debe cumplir estrictamente las pautas de conservación de registros aplicables a su compañía. La aplicación de las leyes de competencia justa es compleja y, a veces, ambigua. Cuando tenga dudas, consulte al asesor jurídico.

Escenario hipotético N° 14 – Trato justo

Josh es un asociado de la Compañía responsable de las ventas de sus productos. Un cliente lo contacta para realizar un pedido. El cliente señala que debe recibir los productos en una fecha específica y que estudiará otras opciones si la Compañía no puede entregar los productos en la fecha especificada. Josh sabe que, en base a los pedidos ya realizados de otros clientes y por los tiempos de entrega de producción, la Compañía no podrá proporcionar todos los productos solicitados para la fecha indicada. ¿Cuál de los siguientes sería un curso de acción permitido respecto de este pedido?

- A. Intentar furtivamente mover conexiones dentro de la Compañía para redirigir productos destinados a otro cliente para este cliente.
- B. Decirle al cliente que la Compañía puede cumplir con el pedido en forma puntual. Josh sabe que cuando el cliente descubra que los productos no serán entregados a tiempo, será demasiado tarde para que consiga los productos de un competidor. Josh cree que podrá excusarse por la demora debido a "circunstancias imprevistas" y cerrar las diferencias con el cliente.
- C. Decirle al cliente que su solicitud es totalmente irrazonable y absurda.
- D. Explicarle al cliente que, si bien la Compañía siempre hace todo lo posible para cumplir con los requisitos de sus clientes, no puede tener la cantidad de productos disponibles para la fecha especificada. Intentar encontrar alternativas que satisfagan las necesidades del cliente.

Respuesta: D es la respuesta correcta. La conducta descrita en todas las demás respuestas violaría la política de trato justo de la Compañía.

Escenario hipotético N° 15 – Trato justo

Josh se enteró hace poco que un cliente contrató a un competidor para un proyecto que él esperaba que llegara a la Compañía. Josh debe:

- A. Llamar al cliente y decirle que lamentará su decisión de contratar al competidor ya que este no podrá entregar un trabajo de calidad en forma puntual.
- B. Intentar persuadir al cliente de quebrantar su contrato con el competidor.
- C. Tomar las medidas necesarias para mantener la relación corporativa con el cliente de modo que pueda considerar a la Compañía para futuros trabajos.

Respuesta: C es la respuesta correcta. La conducta descrita en las demás respuestas violaría la política de trato justo de la Compañía.

Escenario hipotético N° 16 – Trato justo

Un conocido suyo abandonó un cargo en una compañía que compite con la nuestra. Esta persona se contacta con usted y le ofrece compartir información sensible respecto del competidor. Usted debe:

- A. Permitir que esa persona comparta con usted esa información y utilizar la información para beneficio de la Compañía.
- B. Permitir que comparta información con usted, pensando que es simple curiosidad sobre las prácticas de la competencia y sabiendo que no utilizará esa información para beneficio de la Compañía.
- C. Decirle a esta persona que no está interesado en la información.
- D. Concertar una reunión con esta persona y todos los asociados potencialmente relevantes de la Compañía para que la Compañía pueda maximizar los beneficios de la predisposición de este amigo a compartir información.

Respuesta: C es la respuesta correcta. Debe dar por sentado que su amigo tiene un deber con su empleador anterior de no divulgar información confidencial relacionada con ese empleador. La Compañía no tolerará el uso ni la adquisición intencional de información obtenida en violación o en potencial violación de cualquiera de esos deberes.

Escenario hipotético N° 17 – Trato justo

Se abrió un puesto superior al que tiene en la Compañía y cree que usted y otro asociado son los candidatos con mayores posibilidades de ocupar el cargo. Usted puede:

- A. Difundir rumores relacionados con las calificaciones del otro asociado para el puesto y/o los intereses en ocupar el cargo.
- B. Intentar revelar asuntos turbios sobre el otro asociado.
- C. Expresar su interés en el puesto a las personas responsables de decidir a quién se le debe ofrecer el cargo y explicar sus calificaciones a esas personas.
- D. Ofrecer artículos de valor o favores a las personas responsables de decidir a quién se le debe ofrecer el cargo.

Respuesta: C es la única respuesta correcta. La conducta descrita en todas las demás respuestas violaría la política de trato justo de la Compañía.

Escenario hipotético N° 18 – Trato justo

Se entera de información embarazosa pero absolutamente personal sobre un empleado de un cliente, proveedor o competidor o de otro asociado de la Compañía. Usted debe:

- A. Guardarse la información para usted mismo.
- B. Enviar un correo electrónico con la información a un gran grupo de asociados de la Compañía.
- C. Compartir la información con algunos de sus amigos más cercanos en la Compañía.
- D. Amenazar a la persona con la divulgación de la información si no actúa de manera que sea ventajosa para usted o la Compañía.

Respuesta: A es la única respuesta correcta. La conducta descrita en todas las demás respuestas violaría la política de trato justo de la Compañía.

CUMPLIMIENTO DE LAS LEYES APLICABLES

Si bien la Compañía participa en actividades de negocios altamente competitivas y, por lo tanto, debe competir enérgicamente, debe hacerlo en cumplimiento estricto de todas las leyes y reglamentaciones aplicables a sus actividades. Si las políticas internas de la Compañía son más estrictas que las leyes locales, se deberán observar y cumplir esas políticas. Los asociados no deben en ningún momento tomar medidas en nombre de la Compañía que sepan o que tengan motivos para creer que violan las leyes o reglamentaciones aplicables.

Se espera que cada uno de nuestros asociados conozca todas las leyes y reglamentaciones (sean estatales o locales de EE.UU. o del extranjero) que rigen los negocios de su respectiva compañía y de los sitios específicos en la que realiza negocios esa compañía. Las violaciones de esas leyes y reglamentaciones podrían generar demandas judiciales importantes, sanciones administrativas u otras sanciones y hasta podrían ser causa de sanciones penales, tanto para la Compañía como para el personal.

Antes de tomar cualquier medida que pueda afectar el cumplimiento regulatorio (por ejemplo, redactar nuevamente la garantía de un producto, cambiar un procedimiento sujeto a la reglamentación del medioambiente, informar incidentes de seguridad respecto de nuestros productos, ofrecer un obsequio a un funcionario público) se debe contactar con el asesor jurídico. Es responsabilidad del gerente de cada planta y unidad de negocios comprender, comunicar y poner en práctica dentro de su organización, los términos y condiciones de todos los permisos, autorizaciones y reglamentaciones aplicables a esa organización.

La Compañía tiene la política de cumplir no solo con los requisitos formales de las leyes y reglamentaciones aplicables, las normas contables y las políticas corporativas, sino también con el espíritu de tales leyes, reglamentaciones, normas y políticas. No se acepta ninguna conducta que cumpla técnicamente con tales leyes, reglamentaciones, normas o políticas pero que viole sus principios subyacentes o que los evada.

Las siguientes secciones definen ciertas políticas y principios básicos de cumplimiento de leyes y reglamentaciones en EE.UU. y otras jurisdicciones que abordan específicamente temas que abarcan desde el antimonopolio a la comercialización de títulos y la actividad política, entre otros. Sin embargo debe comprender que este Código no se limita únicamente a los temas especificados; se extiende a todas las leyes y reglamentaciones aplicables.

Cumplimiento de las normas antimonopolio

La Compañía compete resueltamente en el mercado para satisfacer las necesidades de sus clientes de la mejor manera. No obstante, siempre debemos recordar que la Compañía está sujeta a leyes que protegen la competencia leal (por lo general, denominada “leyes antimonopolio”) en la mayoría de los países donde realizamos negocios.

Las leyes antimonopolio son complejas y varían según el país. Sin embargo, en el corazón de las leyes antimonopolio reside la convicción de que la economía y el público obtienen los mayores beneficios si existe fuerte competencia entre las empresas y lo hacen sin restricciones irrazonables. El cumplimiento de las leyes antimonopolio aplicables es una política de la Compañía y la responsabilidad de cada asociado. El incumplimiento podría generar graves consecuencias para la Compañía y los asociados que cometen el delito. Las violaciones de muchas de las leyes antimonopolio son delitos, que someten

a la Compañía y a los individuos a multas cuantiosas y a los individuos a posibles condenas a prisión. Además, la Compañía podría ser obligada a pagar un monto triple por daños y se le podría ordenar que no participe en la actividad. Y, desde ya, la reputación de la Compañía podría sufrir daños aun en aquellos casos en los que en última instancia gane una acción legal.

Hay muchos elementos de las leyes antimonopolio de EE.UU. que son aplicables a operaciones internacionales en las que un ciudadano o corporación de Estados Unidos son parte y la operación tiene un efecto importante sobre el comercio exterior (por ejemplo, importaciones o exportaciones) de Estados Unidos. Si una operación internacional cae en la jurisdicción de las leyes antimonopolio de EE.UU., esas leyes se aplican de la misma manera en la que se aplican respecto de las operaciones internas. Además, es frecuente que se apliquen las leyes antimonopolio de las jurisdicciones extranjeras en las que competimos.

Si bien no es posible que este Código aborde todas las áreas cubiertas por las leyes antimonopolio de EE.UU. y el extranjero, las siguientes pautas tienen el propósito de abordar algunas de las situaciones antimonopolio más comunes que pueden enfrentar nuestros asociados. En todas sus operaciones en nombre de la Compañía, siga esta regla: en caso de dudas, consulte al asesor jurídico lo antes posible.

Reglas antimonopolio básicas:

- **No hable de precios, términos y condiciones de ventas, descuentos, plazos de créditos o temas similares con sus competidores.**
- **No participe en informes de mediciones o estadísticas de información competitiva con otros competidores sin la autorización del asesor jurídico.**
- **No “dé señales” a los competidores respecto de estrategias de precios y no utilice a los clientes u otros terceros para “enviar el mensaje” sobre cómo debe comportarse el sector.**
- **No acuerde con un competidor mantenerse fuera de sus respectivos mercados o clientes.**
- **No converse sobre resultados actuales o futuros, costos, estrategias de mercadotecnia u otra información competitivamente sensible con los competidores.**
- **No fije precios inferiores al costo sin consultar al asesor jurídico.**
- **No fuerce a clientes u otras personas a establecer precios específicos o rangos de precios.**
- **No “ate” (es decir, condicione) la venta de un producto a la compra de otro producto.**
- **No realice acuerdos con comerciantes o clientes para tomar alguna clase de medida respecto de otro comerciante o cliente.**
- **No acuerde con competidores no realizar actividades de contratos, compra o venta con un cliente o proveedor.**



- **No acuerde realizar compras o ventas con un cliente o proveedor a cambio de que ellos acepten realizar compras de nuestros productos.**
- **No deje sin responder ninguna propuesta de competidores de unirse a una conspiración, aun cuando esa propuesta nunca fuera solicitada, sea abierta o similar.** Las normas sobre conspiración para violar las leyes antimonopolio son de muy amplio alcance y se han hallado conspiraciones incluso en casos donde los competidores jamás se reunieron ni intercambiaron palabras. Es un error pensar que los tipos de acuerdos prohibidos mencionados anteriormente deben ser formales o conspirativos. El acuerdo ilegal por lo general podría ser no más que un acuerdo informal logrado en una ocasión de aparente inocencia, como en una reunión de asociaciones comerciales o en la cancha de golf, o simplemente un acuerdo basado en la divulgación de información competitiva que naturalmente tiende a generar medidas similares. Si surge una conversación sobre temas prohibidos en una reunión donde se encuentren presentes competidores, usted debe desvincularse claramente de la conversación y abandonar la reunión ostensiblemente para que los demás participantes presentes recuerden que usted abandonó la reunión y el motivo por el que lo hizo. No es suficiente con abandonar sin más una conversación inadecuada sobre precios, asignación de mercado o manipulación fraudulenta de ofertas. Debe documentar esta conversación y consultar al asesor jurídico.
- **Evite el contacto informal con competidores en la medida de lo posible.** Las asociaciones de comercio son una fuente común de quejas sobre monopolio. Del mismo modo, la membresía y participación en asociaciones de comercio debe monitorearse en forma exhaustiva y periódica para garantizar que tengan un propósito comercial valioso y que sus beneficios no sean superados por los riesgos relacionados con las medidas antimonopolio. Sin embargo, todo foro donde se reúnan competidores puede convertirse en un medio de preocupación potencial de antimonopolio, con inclusión de los encuentros informales después de reuniones formales, donde los competidores se reúnen para beber y conversar sobre negocios corporativos. El mejor consejo es evitar estos contactos informales con competidores en la medida de lo posible. Todo cambio de precio o actividad uniforme entre competidores que ocurra inmediatamente luego de tales reuniones se convierte en motivo de fuertes sospechas.
- **Si la participación en una reunión con competidores sirve a un propósito comercial valioso y legítimo que no es superado por el riesgo antimonopolio, se deben respetar procedimientos formales, inclusive la circulación de agendas antes de las reuniones y la formalización de minutas detalladas de los temas tratados, en todas las reuniones.** Se debe contar con la presencia de una persona en las reuniones de asociaciones, tal como un asesor jurídico o presidente, que indique si el tema debatido genera un riesgo posible de acción antimonopólica y que se asegure de que se abandone la discusión sobre ese tema.

Los asociados deben consultar al asesor jurídico antes de participar en toda interacción importante con competidores. Esto incluye, entre otras cosas, aquellas interacciones que pueden ser vistas como "mediciones" (informes estadísticos sobre información competitiva entre competidores) o como una "señal" prohibida respecto de precios, entendimientos sobre conducta de mercado u otras actividades en las que se comparte información competitiva.

Escenario hipotético N° 19 – Cumplimiento de las normas antimonopolio

En una convención reciente celebrada en San Diego, Bárbara (una asociada de la Compañía) se encuentra con Alan de una compañía competidora (“Competidor”). Alan comienza quejándose de lo difíciles que han sido los negocios en los últimos tiempos, luego menciona solicitudes de propuestas pendientes de dos clientes potenciales (Cliente A y Cliente B). Dice: “Realmente nos estamos centrando en el Cliente A. sabes que ha sido nuestro mayor cliente por años. No sé qué haremos con el Cliente B, si es que hacemos algo”. Bárbara se sorprende y se aleja sin responder. Unos días más tarde en su oficina Bárbara revisa ciertas proyecciones financieras con un enfoque en los márgenes y no en las acciones. Decide enviar una oferta al Cliente B pero no al Cliente A y lo informa a su equipo de ventas. El Cliente A se queja ante el Departamento de Justicia (DOJ) de EE.UU. con acusaciones a ambas compañías y ambos individuos por fijar precios. ¿Qué vota: culpable o inocente?

La Compañía genera documentos para el DOJ, entre los que se incluye el siguiente correo electrónico de Bárbara a su jefe, Bill:

Fecha: Noviembre 1
De: Bárbara
Para: Bill
Asunto: Exhibición de la semana pasada

Me encontré con Alan en la exhibición la semana pasada y sugirió que si no realizamos una gran oferta al Cliente A no se meterían con el Cliente B.

Y la respuesta de Bill:

Fecha: Noviembre 1
De: Bill
Para: Bárbara
Asunto: Exhibición de la semana pasada

Me parece un trato genial.

En los documentos que el Competidor presenta ante el DOJ se encuentra un correo electrónico de Alan a su jefe:

Fecha: Noviembre 8
De: Alan
Para: Adelle
Asunto: Propuesta

Parece que no será necesario preocuparse por la compañía Hillenbrand respecto de este cliente. Retiraron su propuesta al Cliente A una vez que hablé con ellos. Debemos recordarlo la próxima vez que uno de sus clientes se dirija a nosotros.

¿Cree que hubo un acuerdo? Bárbara debería:

- A. Haberle respondido a Alan.
- B. Haber documentado sus motivos por rechazar el negocio.
- C. Haberse comunicado con el departamento legal.

Respuesta: **Todas las anteriores** son respuestas correctas, aunque no son completas. Bárbara debería haber declarado fehacientemente que no podía conversar sobre ningún tema competitivo con Alan y debería haberse alejado. Luego, de inmediato, debería haber documentado lo ocurrido y enviado un memorando al departamento legal. También debería haber sido mucho más cuidadosa sobre todo correo electrónico sobre el tema.

La negociación de títulos valores y el uso de información privilegiada

Siempre hay una pregunta que cada asociado debe formular antes de comprar, vender o recomendar a otros que compren o vendan acciones de Hillenbrand, Inc.: “¿Tengo en mi poder información material que no es de conocimiento público? Si la respuesta es “sí”, no debe comprar ni vender acciones de Hillenbrand ni recomendar que otros lo hagan.

Las leyes de títulos valores de EE.UU. prohíben el “uso de información privilegiada”, es decir, la compra o venta de todo título valor por parte de una persona que posea información material que no es de conocimiento público (definida a continuación) hasta que la Compañía haya revelado tal información al público. Esto incluye no solo órdenes de compras y ventas de acciones y títulos convertibles, sino también opciones, garantías y operaciones de bolsa de doble opción. Debe esperar para negociar hasta que la información se haya divulgado al público y hasta que el público haya tenido el tiempo suficiente para absorberlo, es decir, al menos dos días hábiles desde la fecha de divulgación pública de la Compañía.

Las leyes de títulos valores de EE.UU. también prohíben la transmisión de tal información a otra persona, que podría negociar con cualquier título en base a esa información (conocido como “entrega de información”). Debido al daño que puede conectarse incluso con las acusaciones de uso de información privilegiada, la Compañía y sus asociados deben procurar evitar incluso la apariencia de impropiedad en este aspecto. Recuerde, las operaciones siempre son vistas en retrospectiva.

Además, la Compañía y sus asociados pueden, en algunos casos, estar sujetos a las leyes de uso de información privilegiada en jurisdicciones fuera de EE.UU. Las cortes y de los organismos de control de los títulos valores (en EE.UU. y en el extranjero) respecto del cumplimiento de las leyes de uso de información privilegiada por lo general tienen como meta garantizar que todos los inversores tenga un acceso equitativo a la información material sobre títulos valores de una compañía.

Por lo tanto, las leyes y reglamentaciones aplicables sobre títulos valores y la política de la Compañía prohíben que una persona que tenga información material no pública sobre la Compañía o sus títulos compre o venda acciones corporativas si esa información no ha sido divulgada al público general. Los familiares y amigos que hayan tenido acceso a información confidencial a través de tales asociados también tienen prohibida la negociación de acciones de la Compañía. Del mismo modo, toda referencia a asociados en este contexto se aplica igualmente a estas otras personas.

Como regla general, los asociados no deben participar en compras o ventas de títulos valores de la Compañía durante el período (también denominado “período restringido”) que comienza el primer día hábil luego del fin de cada trimestre fiscal y finaliza dos días hábiles luego del anuncio correspondiente sobre ganancias de ese trimestre. Aun fuera de los períodos restringidos, un asociado no debe comprar,

vender ni participar en transacciones que incluyan títulos valores de la Compañía en ningún momento en el que posea información material no pública.

Los directores de Hillenbrand y algunos de sus funcionarios y accionistas o subsidiarias están sujetos a reglas más estrictas respecto de las compras y ventas de títulos valores de la Compañía y a requisitos de informes y recuperación de beneficios de compra-venta a corto plazo en virtud de las leyes sobre títulos valores. Esas restricciones amplias fueron comunicadas a directores y funcionarios en forma separada. Sin embargo, el cumplimiento de esas reglas forma parte de nuestra política de total cumplimiento de todas las leyes aplicables que rigen los títulos valores.

Los asociados que tengan información material no pública de las acciones de Hillenbrand o de las acciones de otra compañía deben (1) abstenerse de revelar esa información a toda persona externa o interna de la Compañía, (2) evitar comprar o vender acciones de Hillenbrand o de otra compañía hasta que esa información se haya hecho pública y (3) evitar recomendar o sugerir a otra persona que compre o venda acciones de Hillenbrand o de otra compañía hasta que esa información se haya divulgado al público. Es de particular importancia tener cuidado y abstenerse de conversar sobre información no pública en espacios públicos como elevadores, aviones, taxis o restaurantes donde se puedan oír las conversaciones.

Las violaciones de estas reglas podrían provocar que la Compañía reciba multas que asciendan a millones de dólares. Los asociados pueden estar sujetos a grandes multas, daños triplicados en base a ganancias ilícitas y potencialmente a una condena a prisión. Los asociados también enfrentan sanciones impuestas por la Compañía por violar estas normas.

Definiciones.

Información material es información lo suficientemente importante como para afectar su decisión o la de otra persona de comprar, vender o conservar acciones o títulos de la Compañía. Podría ser material la información sobre estos temas: resultados sobre ganancias trimestrales o anuales, proyecciones financieras, fusiones, adquisiciones, ofertas de licitación, sociedades conjuntas, ventas u otros cambios en los activos, dividendos, división de acciones, cambios en la gerencia o cambios en el control, venta pública o privada de un importante monto de deuda adicional o títulos de capital, importantes litigios, disputas laborales relevantes, cierres importantes de plantas, establecimiento de un programa para comprar las propias acciones de la Compañía, el otorgamiento de un importante proyecto u otro contrato, nuevos productos o descubrimientos o desarrollos relacionados con clientes o proveedores, cambios en auditores o desacuerdos con auditores o deterioro del estado crediticio de la Compañía. La lista precedente tiene el objeto de ser ilustrativa y no exhaustiva. Se deberá dirigir al asesor jurídico toda pregunta respecto de si la información es material o no pública, o si se produjo una divulgación inadvertida de tal información.

La información no pública no se ha divulgado aún al público inversor. Se considera que la información es de público conocimiento cuando se la ha publicado en periódicos u otros medios o se la ha divulgado en un comunicado de prensa. La información material sobre planes, proyectos, éxitos o fracasos de la Compañía es considerada información "interna" y, por lo tanto, confidencial hasta que no sea divulgada al público mediante un comunicado de prensa o una presentación ante la Comisión de Bolsa y Valores (SEC). La información que se haya difundido públicamente de modo que los inversores tengan la oportunidad de evaluarla, o que se haya presentado ante las agencias gubernamentales como asunto de registro público, es considerada pública y está disponible para cualquiera, previa solicitud. Entre los ejemplos se incluyen comunicados de prensa, informes sobre ganancias anuales y trimestrales para los inversores, discursos públicos, informes presentados ante la SEC (por ejemplo, informes sobre los Formularios 10-K, 10-Q y 8-K) y declaraciones de inscripción, folletos informativos, instrucciones para apoderados e información que aparece en el sitio web de la Compañía.

Escenario hipotético N° 20 – La negociación de títulos valores y el uso de información privilegiada

Usted escucha por casualidad una conversación en la que un asociado de la Compañía comenta que las ganancias de Hillenbrand del trimestre que está por finalizar probablemente sean inferiores a los indicativos de ganancias que Hillenbrand hizo públicos anteriormente. Hillenbrand no hizo público un anuncio del déficit de ganancias esperadas. ¿Cuál de las siguientes es verdadera?

- A. Usted puede negociar acciones de Hillenbrand. La información sobre ganancias no es material.
- B. Usted tiene prohibido negociar acciones de Hillenbrand.
- C. Usted puede negociar acciones de Hillenbrand. Debido a que no adquirió la información actuando en calidad oficial en la Compañía, no se le prohíbe utilizar la información para negociar.
- D. Puede utilizar las acciones de Hillenbrand para negociar siempre que compre o venda menos de 100 acciones.

Respuesta: B es la respuesta correcta. La información sobre ganancias claramente es material y usted no debe negociar si está en posesión de información material no pública. No importa si adquirió la información en forma accidental o durante el desempeño de su trabajo. Además, la cantidad de acciones que negocie no es relevante a los fines de las leyes de uso de información privilegiada o la política de negociación de acciones de la Compañía.

Escenario hipotético N° 21 – La negociación de títulos valores y el uso de información privilegiada

Un día que estaba planeando comprar algunas acciones de Hillenbrand se entera por primera vez de un desarrollo positivo relacionado con una de las compañías de Hillenbrand. No está seguro de que el desarrollo sea información material o si se ha anunciado al público. Usted debe:

- A. Consultar a un asesor jurídico interno en Hillenbrand antes de comprar.
- B. Dar por hecho que es seguro comprar acciones de Hillenbrand porque si el desarrollo fuera material Hillenbrand ya hubiera emitido un comunicado de prensa anunciándolo.
- C. Comentarle a su corredor sobre el desarrollo y solicitarle su opinión respecto de si es correcto comprar esas acciones.
- D. Comprar opciones de Hillenbrand ya que negociar con opciones no está sujeto a las leyes de uso de información privilegiada o a la política de negociación con acciones de la Compañía.
- E. Continuar con la compra y mantener los dedos cruzados para que el desarrollo no constituya información material no pública.

Respuesta: A es la respuesta correcta. El asesor interno de Hillenbrand siempre está disponible para conversar con usted sobre esos temas y esta es siempre la mejor línea de acción si no está seguro de que esté bien negociar con acciones. B es incorrecta porque seguramente habrá situaciones en las que exista información material no pública y Hillenbrand todavía no ha definido, ni se le ha exigido, hacer una divulgación pública. C es incorrecta porque, entre otros motivos, usted tiene prohibido compartir con terceros información confidencial sobre cualquier compañía de Hillenbrand. D es incorrecta ya que comerciar con opciones y otros derivados financieros está sujeto a las leyes de uso de información privilegiada y a la política de negociación de la Compañía en el mismo grado que lo está comerciar con acciones de Hillenbrand.

Escenario hipotético N° 22 – La negociación de títulos valores y el uso de información privilegiada

Jane está cenando con unos amigos y conversan sobre su trabajo en la Compañía. Ella desea contarles sobre la espectacular operación en la que viene trabajando, la cual constituye una importante y potencial adquisición de la Compañía. Aún no se ha logrado un acuerdo final a los fines de la adquisición y no se ha realizado un anuncio público sobre la operación. ¿Puede contarles a sus amigos sobre esta operación?

- A. Sí. Como aún no se ha llegado a un acuerdo con la empresa objetivo, la posible operación no es información material no pública.
- B. No.
- C. Sí, siempre que les diga a sus amigos que no negocien acciones de Hillenbrand.
- D. Sí. Sería aceptable que los amigos de Jane negocien las acciones de Hillenbrand ya que no son asociados de la Compañía ni de sus subsidiarias.

Respuesta: B es la respuesta correcta. A es Incorrecta. Si una operación o desarrollo solo fueran información material una vez que ocurrieron, entonces el hecho de que exista una posibilidad de que la operación o desarrollo ocurran posiblemente también constituya información material. C y D son incorrectas ya que divulgar información material no pública a terceros viola las políticas de confidencialidad y negociación de la Compañía. Además, si los amigos de Jane utilizaran la información para negociar con acciones de Hillenbrand, Jane podría ser responsable en virtud de las leyes de uso de información privilegiada por “dar información”.

Escenario hipotético N° 23 – La negociación de títulos valores y el uso de información privilegiada

El mismo escenario que el 22, pero Jane está cenando con sus padres en vez de hacerlo con sus amigos. ¿Puede contarles a sus padres sobre esta operación?

- A. Sí. Como aún no se ha llegado a un acuerdo con la empresa objetivo, la posible operación no es información material no pública.
- B. No.
- C. Sí, siempre que les diga a sus padres que no negocien acciones de Hillenbrand.
- D. Sí. Sería aceptable que los padres de Jane negocien las acciones de Hillenbrand ya que no son asociados de la Compañía ni de sus subsidiarias.

Respuesta: B continúa siendo la respuesta correcta. No es relevante que Jane divulgue información a sus padres en vez de hacerlo a sus amigos.

Comunicaciones al público, los medios y el gobierno

Es fundamental que mantengamos integridad en nuestras relaciones con el público general, que recibe influencia de nuestros accionistas, los representantes de los medios y otros miembros de nuestras comunidades. Se debe enviar toda solicitud de información financiera o comercial sobre Hillenbrand y sus subsidiarias por parte del público general, los accionistas o los medios (por ejemplo, periódico, radio, televisión, etc.) al Director Financiero, Asesor Jurídico o director de relaciones con los inversores para su revisión y aprobación. Hillenbrand ha establecido canales estrictamente definidos mediante los cuales deben fluir las comunicaciones propuestas para divulgación pública. No se debe realizar ninguna divulgación de información que aún no se haya hecho pública sin consultar primero la política y los procedimientos de la Compañía sobre este tema o a una de esas personas. Del mismo modo, las solicitudes de información u otros contactos de la Comisión de Bolsa y Valores, la Bolsa de Valores de Nueva York, la Autoridad de Control de la Industrial Financiera, NASDAQ o mercados o controladores

similares de títulos valores extranjeros deben remitirse al Director Financiero, al Asesor Jurídico o al director de relaciones con los inversores de Hillenbrand. Es fundamental que no dé una respuesta a ninguno de estos contactos o consultas por su cuenta ya que toda respuesta inapropiada o inexacta, incluso una negación o denegación de información, podría considerarse como divulgación de la Compañía y no solo podría generar publicidad adversa, sino que también podría afectar gravemente la situación legal de Hillenbrand. Toda otra solicitud de información de una persona que represente a una agencia de gobierno u otros terceros debe remitirse a su supervisor o gerente o a uno de los representantes de los equipos legales, financieros o de recursos humanos de su compañía.

Escenario Hipotético N° 24 – Comunicaciones al público, los medios y el gobierno

Eli recibe una llamada telefónica de una persona que se identifica como analista de títulos del Reino Unido que cubre las acciones de Hillenbrand. Le pregunta a Eli cómo marchan las cosas en la Compañía y si hay algún desarrollo interesante. Eli debe:

- A. Hablar en forma libre y abierta con la analista. Los analistas deben conocer lo que sucede con las compañías que cubren para hacer bien su trabajo.
- B. Negarse a hablar con la analista sobre la Compañía y remitirla al director de relaciones con los inversores.
- C. Hablar con la analista, pero solo sobre temas que Eli no considera como información material no pública.
- D. Decirle a la analista que compartirá buena información con ella, pero solo si le ofrece a Eli un buen consejo sobre acciones.

Respuesta: B es la respuesta correcta. Las leyes de títulos valores de EE.UU. regulan estrictamente la manera en la que se puede comunicar la información material no pública a personas como analistas de títulos e inversores y Hillenbrand ha establecido procedimientos para manejar consultas de estas personas. Además, las leyes de títulos valores del Reino Unido pueden imponer restricciones similares en este caso. Del mismo modo, este tipo de consultas siempre debe remitirse al Director Financiero, al Asesor Jurídico o al director de relaciones con los inversores de Hillenbrand. Compartir información con la analista violaría las políticas de negociaciones y confidencialidad de Hillenbrand y podría generar una responsabilidad legal para Eli o la Compañía en virtud de las leyes de títulos de EE.UU. y del extranjero.

Actividades y contribuciones políticas

Cada país en el que opera la Compañía, entre los que se incluye Estados Unidos, impone o puede imponer ciertas restricciones en las contribuciones políticas que realizan las compañías. Por lo tanto, en toda situación en la que se considere una contribución política, los asociados primero deben consultar con el departamento legal para garantizar el estricto cumplimiento de las leyes aplicables ya que estas se interpretan y modifican cada cierto tiempo. También es necesario comprender que la ley estadounidense puede, en ciertas instancias, prohibir las contribuciones políticas en otros países.

Este Código no tiene el objeto de evitar que los asociados participen en el proceso político o realicen contribuciones políticas personales a un partido, comité o candidato. Sin embargo, los asociados no deben hacer que una contribución personal (o toda opinión política relacionada) parezca hecha por la Compañía y ninguna de estas contribuciones debe, en forma directa o indirecta, implicar fondos corporativos ni otros recursos de la Compañía. Los asociados no deben de ninguna manera vincular a la Compañía con su trabajo en política o su filiación política personal, ni sugerir que la Compañía avala sus actividades políticas.

Comunicar el punto de vista de la Compañía sobre asuntos políticos a asociados y funcionarios gubernamentales puede hacer que el empleado y la Compañía se vean sujetos a las leyes de

defensa aplicables. Muchos gobiernos locales, estatales y nacionales exigen el registro de defensores políticos o “lobistas”, y existen sanciones importantes por el incumplimiento. La definición de un defensor político varía según el sitio, pero puede incluir toda interacción con funcionarios de gobierno para un fin de negocios. Por lo tanto, los asociados deben consultar al departamento legal o al director de asuntos gubernamentales antes de realizar negocios con funcionarios de gobierno para determinar si los asociados deben estar registrados en forma adecuada. Los asociados también deben comunicarse con el departamento legal o el director de asuntos gubernamentales si existe la necesidad de contratar a defensores políticos.

El uso de sitios o recursos corporativos para discursos políticos u otros fines políticos podría considerarse como contribución política en ciertos países. Los asociados deben obtener la aprobación del departamento legal o del director de asuntos gubernamentales antes de permitir una actividad de este tipo.

Los asociados no son presionados para contribuir con dinero o iniciativas para respaldar a un partido o candidato político. Los asociados pueden incorporarse a PAC de Hillenbrand, Inc. (HIPAC), pero esto es absolutamente voluntario. Pueden donar su propio dinero a HIPAC (conservando la elegibilidad y otras reglas de HIPAC), pero únicamente si deciden hacerlo libremente.

Hacer negocios con el gobierno

Como proveedora de productos y servicios a clientes de gobiernos federales, estatales y locales y a los principales contratistas de gobierno, la Compañía podría verse sujeta a una gran cantidad de estatutos, reglamentaciones y términos contractuales especiales. La Compañía valora a sus clientes gubernamentales, ya sean estadounidenses o extranjeros ya sean federales, estatales o locales. Hacer negocios con el gobierno es un fideicomiso público y exige la consideración de una variedad de leyes y reglamentaciones de compras y de ética.

La Compañía realizará negocios con sus clientes gubernamentales en estricto cumplimiento de estos requisitos y de manera tal que se evite incluso la apariencia de todo conflicto de intereses o falta de ética. Todo asociado que participe en negocios con clientes de gobierno debe comprender y respetar las leyes y reglamentaciones de compras y de ética aplicables junto con las políticas corporativas correspondientes. Toda pregunta o inquietud relacionada con estos temas debe dirigirse rápidamente al departamento legal.

Entre las reglas o políticas de las agencias gubernamentales que pueden aplicarse a estos clientes de gobierno se encuentran:

- Límites en el ofrecimiento de algo de valor a un empleado de gobierno;
- Los requisitos que obligan a la Compañía a cumplir reglas gubernamentales complejas y extensas que pueden ser “incorporadas por referencia” a contratos gubernamentales estándar pero que no se repiten directamente en el texto del contrato;
- Requisitos de precios; y
- Requisitos de facturación, certificación, información, y almacenamiento y retención de documentos.

Las preguntas relacionadas con lo que exige un contrato o con una solicitud de un funcionario de gobierno de toma de medidas que puedan ser contrarias a los términos de un contrato, ley vigente o política de la Compañía deben dirigirse al departamento legal. La Declaración de la Política Anticorrupción Global y la Guía de Cumplimiento de la Compañía, como así también el siguiente material bajo el título “Pagos ilícitos, cuestionables o delicados”, ofrecen más información sobre las transacciones de negocios con el gobierno.

Pagos ilícitos, cuestionables o sensibles

La Compañía no procura obtener ninguna ventaja a través del uso inadecuado de cortesías de negocios u otros incentivos. Los obsequios y entretenimientos de valor nominal, o cortesías de negocios, se utilizan ocasionalmente para generar una buena disposición hacia nuestros clientes, proveedores y otras personas. Por otro lado, hay reglas muy estrictas sobre el ofrecimiento de obsequios y entretenimiento a empleados de gobierno.

Si los obsequios o el entretenimiento hacen que el destinatario se sienta obligado a ofrecer alguna consideración especial a la Compañía, estos son inaceptables. La política de la Compañía es evitar incluso la apariencia de favoritismo basado en cortesías de negocios. Con el fin de evitar incluso la apariencia de pagos indebidos, no se deben realizar pagos por parte de la Compañía en efectivo, a menos que sean nóminas en efectivo aprobadas y pagos de bolsillo documentados. No se deben emitir cheques corporativos a cobrar “en efectivo”, al “portador” o a nombre de designados de terceros por la persona con derecho al pago.

Además de estas cuestiones éticas generales, la Compañía está sujeta a leyes y reglamentaciones muy específicas y globales que afectan su capacidad de realizar pagos u obsequios o de transferir otros artículos o servicios de valor en operaciones en EE.UU. u otros países, como la Ley de Prácticas Corruptas en el Extranjero de Estados Unidos (FCPA) y la Ley contra el Soborno del Reino Unido.

La Compañía adoptó una Declaración de Política Anticorrupción Global y Guía de Cumplimiento separadas de este Código y que ofrecen pautas relevantes adicionales.

Soborno de funcionarios públicos. El soborno, o el ofrecimiento de dinero o algo de valor como intento de ejercer influencia en un funcionario público, es ilegal. Los asociados no están autorizados a pagar ningún soborno ni realizar otro pago ilícito a funcionarios de gobierno en nombre de la Compañía, independientemente del monto del pago. Esta prohibición abarca los pagos a consultores, agentes y otros intermediarios cuando el empleado tiene motivos para creer que cierta parte del pago del “honorario” será utilizada para sobornar o ejercer influencia en una medida gubernamental.

La práctica de realizar “pagos de facilitación” (a veces llamados “dádivas”) a un funcionario extranjero podría no ser considerada como soborno o acción indebida de acuerdo con la ley o costumbre de algunas jurisdicciones e incluso podría ser permitida según la FCPA y otras leyes anticorrupción internacionales. No obstante, aunque sean habituales y legales en ciertos países y determinadas circunstancias, estos pagos podrían estar prohibidos por la Ley contra el Soborno del Reino Unido u otra ley y podría, en cualquier caso, presentar un riesgo de responsabilidad legal. Los asociados que consideren realizar una dádiva o cualquier otro pago u obsequio a funcionarios extranjeros primero deben consultar al departamento legal, que puede aprobar pagos y obsequios legales. Todo pago u obsequio aprobado en forma adecuada debe registrarse y justificarse correctamente de modo que la Compañía pueda cumplir con todas las leyes tributarias y otras leyes vigentes.

Las leyes y reglamentaciones exigen que nuestros negocios estén en contacto con funcionarios públicos en base a una amplia variedad de asuntos. Los asociados que negocien con funcionarios públicos deben estar familiarizados con las leyes de cabildeo y los requisitos de divulgación pública, en especial los que se apliquen a registros y presentaciones. El análisis anterior bajo el título “Actividades y contribuciones políticas” ofrece información adicional.

Soborno comercial. La corrupción no se limita a interacciones con funcionarios de gobierno. El pago (excepto para la compra de un producto o la compra de un servicio) o el ofrecimiento de un obsequio, crédito, pago, servicio o algo más que no sea de valor simbólico o nominal a proveedores o clientes gubernamentales o sus agentes, empleados o fiduciarios puede constituir un soborno comercial, que también podría ser una violación de la ley. Nunca deben realizarse pagos en efectivo a empleados o asociados de competidores, proveedores o clientes. El soborno comercial también contraviene la política corporativa y se prohíbe a los empleados participar en tales sobornos en nombre de la Compañía. Los

asociados deben ejercer un buen criterio y moderación y deben ofrecer cortesías de negocios a clientes solo en la medida en que cumplan con la ley y de acuerdo con las prácticas razonables del mercado.

Todo obsequio y entretenimiento, independientemente de su naturaleza y valor, debe ser registrado en forma adecuada en los formularios de informes de gastos o en otros documentos contables correspondientes.

Caso hipotético N° 25 – Pagos ilegales, cuestionables o sensibles

El Presidente de Estados Unidos establece una comisión federal de consultas relacionada con prácticas en una de las industrias de la Compañía. El Presidente anuncia su intención de nominar a una notable profesora universitaria para esta comisión. La profesora tiene una trayectoria profesional en la industria y su universidad mantiene un Centro por Acción Responsable relacionado con la industria en cuestión. La Compañía ha realizado donaciones frecuentes a este Centro y decide hacerlo nuevamente luego de darse a conocer la nominación de esta profesora, pero antes de haber aceptado su nuevo rol como comisionada. ¿Podría aplicarse el estatuto sobre el soborno?

- A. No, porque la profesora aún no ha asumido su cargo público.
- B. No, ya que la “comisión de consultas” no tiene una autoridad de control y la profesora no es funcionaria elegida ni empleada de una agencia de control gubernamental.
- C. No, ya que el obsequio no es para la propia profesora.
- D. Sí, si existen otras evidencias de que la Compañía haya tenido la intención de que la profesora “pase por alto” acciones cometidas por la Compañía como resultado del obsequio.
- E. No, ya que los profesores universitarios siempre están por encima de toda crítica.

Respuesta: D es la respuesta correcta.

Caso hipotético N° 26 – Pagos ilegales, cuestionables o sensibles

La Compañía emplea a un consultor de negocios para facilitar el contrato de nuevos proyectos en América Central y América del Sur. En una nación determinada, el consultor informa que un ministro de gobierno exige viajes de ida y vuelta a Estados Unidos para él y su familia. El ministro afirma que debe solicitar esto “en caso de que desee inspeccionar las instalaciones de producción de la Compañía”. El ministro le dice al consultor de la Compañía que simplemente no aprobará la importación de los productos de la Compañía a menos que reciba esos pasajes. ¿La Compañía puede proporcionar los pasajes?

- A. No, porque la Ley de Prácticas Corruptas en el Extranjero prohíbe pagar dinero o algo de valor para obtener o retener negocios.
- B. Sí, pero solo si el consultor proporciona los pasajes y no lo hace la Compañía.
- C. No, porque el razonamiento propuesto por el ministro no está lo suficientemente relacionado con las acciones gubernamentales de rutina, como las licencias o procesamiento de documentos.
- D. Sí, porque la FCPA solo está destinada a cubrir sobornos monetarios encubiertos como honorarios.
- E. A y C.

Respuesta: E es la respuesta correcta. B es incorrecta porque el uso de consultores independientes para ejecutar acciones que no puede realizar legalmente la Compañía no excusa a la Compañía. D es incorrecta porque la FCPA se aplica expresamente a algo de valor, no solo a efectivo.

Caso hipotético N° 27 – Pagos ilegales, cuestionables o sensibles

La Compañía asiste a una feria comercial en un país de mercado emergente. El director de la feria comercial es el cuñado del primer ministro del país anfitrión y no tiene experiencia en ferias comerciales ni con los productos exhibidos por la Compañía en esta feria. De todos modos, amparándose en una supuesta reglamentación emitida por su cuñado, el director de la feria comercial exige que la Compañía le pague un honorario en efectivo para “ver y evaluar una demostración del producto” antes de que la Compañía tenga acceso a la feria. Además, será prácticamente imposible acceder al mercado del país sin acceso a la feria comercial. Si la Compañía acepta, ¿ha violado la FCPA?

- A. Sí.
- B. No si el gobierno de EE.UU. no puede probar que la ley local o la demostración del producto estaban realmente en disputa.
- C. No, ya que la participación en la feria comercial no es lo mismo que obtener un negocio real.
- D. Sí, a menos que la Compañía verifique la reglamentación propuesta y pueda probar que el pago se realizó legítimamente como parte de la demostración de un producto.
- E. No, porque la Compañía evitó deliberadamente hacer demasiadas preguntas sobre el patrón y la práctica establecidos.

Respuesta: D es la respuesta correcta. Los pagos legales con un propósito legítimo no están prohibidos, siempre y cuando sean consistentes con la práctica razonable en el mercado y no tengan el propósito de ejercer influencia en la acción de un funcionario de gobierno. Todo pago de estas características debe registrarse adecuadamente en los libros y registros de la Compañía.

Caso hipotético N° 28 – Pagos ilegales, cuestionables o sensibles

La Compañía procura obtener un importante proyecto con un cliente que se encuentra en un país de un mercado emergente. La Compañía sabe que un cierto agente de ventas independiente ha tenido mucho éxito en el trato con ese comprador, y contrata al agente. Antes de la cena de celebración relacionada con la llegada de la orden para el proyecto, Suzy, la gerente de ventas de la Compañía, observa que el agente de ventas le entrega un sobre rojo al gerente de proyectos del cliente. ¿Qué debe hacer Suzy?

- A. Nada, porque el agente de ventas es independiente de la Compañía y todo problema legal que surja será un problema del agente de ventas, no de la Compañía.
- B. Nada, porque Suzy no está segura de lo que contiene el sobre rojo y sería agravante preguntar de acuerdo con la cultura local.
- C. Preguntarle al agente de ventas sobre el contenido del sobre.
- D. Informar el asunto al departamento legal de la Compañía, aun si el agente de ventas le asegurase a Suzy que el sobre rojo era simplemente una tarjeta de cumpleaños para el hijo del gerente de proyectos.

Respuesta: C y D son las respuestas correctas. Suzy se arriesga y arriesga a la Compañía al simular no haber visto el intercambio del sobre rojo. Esa ceguera intencional podría ser vista como un “consentimiento tácito” de Suzy del intercambio de lo que sea que contenga ese sobre. Suzy se protege a sí misma y a la Compañía si le pregunta al agente de ventas sobre el episodio y si luego informa al asesor jurídico de la Compañía lo antes posible. La respuesta A es categóricamente errónea: los problemas del agente de ventas por lo general también serán los problemas de la Compañía. Lea el análisis a continuación bajo el título “USO DE REPRESENTANTES DE VENTAS, AGENTES, CONSULTORES Y TERCEROS INDEPENDIENTES”. B es incorrecta debido al “consentimiento tácito” analizado anteriormente.

Caso hipotético N° 29 – Pagos ilegales, cuestionables o sensibles

En una revisión de rutina que forma parte de los controles y procedimientos internos de la Compañía, una nueva empleada detecta una factura de una compañía de logística que refleja montos de contratos que no coinciden con otros documentos corporativos relacionados con los mismos proyectos. Cuando la nueva empleada le pregunta a su gerente sobre las facturas, le dicen que así se realizan los negocios en ese país, que las facturas reflejan “dávivas” legales y que sería ideal que aprenda esto rápidamente. ¿Qué debería hacer la nueva empleada?

- A. Nada, porque es nueva en el trabajo y debe respetar las órdenes de su superior.
- B. Nada, porque no puede garantizar que esto viole una ley y se la podría despedir si continúa investigando el tema.
- C. Informar sus inquietudes a la línea directa de la Compañía, cosa que puede hacer en forma anónima en el grado permitido por la ley aplicable.
- D. Abandonar su trabajo; la vida es demasiado corta.

Respuesta: C es la respuesta correcta. La Compañía recomienda informes rápidos y honestos y protege a sus empleados contra represalias por los informes de buena fe, aun si luego se descubre que, en virtud de la ley local, no había nada incorrecto en esa conducta. Tiene derecho a trabajar en un entorno ético.

Relaciones con los empleados

La Compañía tiene la filosofía de que las prácticas comerciales éticas no se limitan a acuerdos con terceros, sino que también incluyen a los propios asociados de la Compañía. En este aspecto, la ética comercial comienza por casa. Por lo tanto, la política de la Compañía es que todos los asociados, incluso el personal ejecutivo y todas las personas con responsabilidades de supervisión, tienen la obligación de:

- Respetar a cada asociado como persona y demostrar cortesía, consideración y equidad a cada asociado para poder preservar la dignidad personal;
- Tratar a cada asociado, postulante, proveedor o asociado de negocios sin discriminación por la raza, color, sexo, edad, religión, nacionalidad, origen étnico, discapacidad, calidad de veterano o cualquier otra característica establecida por ley respecto de toda oportunidad, términos, condiciones y privilegios de empleo;
- Ofrecer a todos los asociados un entorno de trabajo libre de acoso de cualquier tipo, incluso el acoso de naturaleza sexual, racial, étnica o religiosa o basado en la edad o discapacidad;
- Alentar a los asociados a plantear libremente sus opiniones sobre las políticas y prácticas de la Compañía y proporcionar un sistema ordenado a través del cual los asociados recibirán consideraciones por cualquier problema laboral o personal que puedan tener;
- Ofrecer y mantener instalaciones y áreas de trabajo segura, limpias y ordenadas;
- Ofrecer estándares competitivos de pagos y beneficios; y
- Funcionar en cumplimiento de todas las leyes estadounidenses, estatales, locales y extranjeras aplicables que rigen las relaciones de la Compañía con sus asociados.

Usted debe saber que la ley de EE.UU. prohíbe la discriminación en el empleo en base a raza, color, sexo, edad, religión, origen nacional, etnia, calidad de veterano, discapacidad u otro estado de minusvalía. Si tiene inquietudes u observa un caso de discriminación o de otro tipo que viole o pueda violar la ley o este Código debe informar inmediatamente a su gerente, supervisor, al abogado de la Compañía o a cualquiera de los integrantes del Comité de Ética de su compañía.

Cumplimiento de las normas sobre medio ambiente, salud y seguridad

Las operaciones de la Compañía, en especial la de sus plantas de fabricación, están sujetas a reglamentaciones globales, que incluyen reglamentaciones estadounidenses, estatales, locales y extranjeras sobre el medio ambiente. Las instalaciones de la Compañía están sujetas a permisos y autorizaciones de operación y de construcción que describen detalladamente las condiciones en las que las instalaciones pueden operar legalmente. Es política de la Compañía cumplir totalmente con los términos y condiciones legales de todos los permisos y autorizaciones y las cláusulas de todas las leyes y reglamentaciones aplicables sobre el medio ambiente. La Ley de Salud y Seguridad Ocupacional de EE.UU. regula la seguridad física y exposición a sustancias nocivas o peligrosas en el lugar de trabajo. Además, la Ley de Control de Sustancias Tóxicas de EE.UU. controla todas las sustancias o mezclas químicas que puedan presentar un riesgo razonable de daños para la salud humana o el medio ambiente. El cumplimiento de estas leyes y la implementación de estas reglamentaciones también es responsabilidad del gerente de cada una de las instalaciones. Las leyes de salud, seguridad y medio ambiente, y las reglamentaciones aplicables, son detalladas y complejas y varían enormemente según la jurisdicción. Si enfrenta un problema sobre salud, seguridad o medio ambiente que desconoce, debe comunicarse con el asesor jurídico.

Escenario hipotético N° 30 – Cumplimiento de las normas sobre medio ambiente, salud y seguridad

Kara trabaja en una planta de fabricación de la Compañía en Suiza. Se presenta una oportunidad de mejorar el tiempo de fabricación si se implementase un cambio en el proceso de acabado. Sin embargo, este nuevo proceso generaría un nuevo producto de desecho. Kara no está familiarizada con las pautas sobre desechos ni con las reglamentaciones medioambientales sobre la descarga de este nuevo producto de desecho en aguas residuales. Kara está ansiosa por implementar el cambio en el proceso de fabricación lo antes posible. Kara debe:

- A. Proceder a implementar el nuevo proceso lo antes posible porque la productividad es de alta prioridad.
- B. Dar por sentado que los desechos no son un problema, porque si la compañía recomendó el proceso debería haber incluido esa información.
- C. Aclarar sus dudas con el departamento legal antes de implementar el nuevo proceso.
- D. Centrarse en la modernización y productividad y dejar que los asuntos legales se aclaren más adelante.

Respuesta: C es la respuesta correcta. Las reglamentaciones medioambientales que se aplican a las operaciones de la Compañía son complejas, cambian con frecuencia y varían según la jurisdicción. A veces, los asociados de la Compañía no se sienten familiarizados con la información sobre reglamentaciones y su impacto en las operaciones o decisiones dentro de sus propias responsabilidades, en cada nivel de la organización de Hillenbrand. En esas circunstancias, le incumbe al asociado alertar sobre esta inquietud al departamento legal. El proceder sin estar familiarizado con los requisitos legales actuales puede ser causa de un incumplimiento importante que puede ser gravemente sancionado o que podría poner en peligro las valiosas relaciones con los clientes. Los asociados de la Compañía deben procurar activamente obtener aclaraciones o guías del asesor legal cuando se sientan tentados a “dar por hecho que no es un problema” o a “dejar que los problemas legales se resuelvan por sí mismos en el futuro” o a decir que “esto no representó un problema antes”.

Escenario hipotético N° 31 – Cumplimiento de las normas sobre medio ambiente, salud y seguridad

Wayne es responsable de preparar informes de datos de monitoreos de emisiones en una planta de la Compañía en Nueva Jersey. Wayne se encuentra de licencia por enfermedad por tres días y ni bien regresa al trabajo se da cuenta de que un informe que presenta regularmente ante la Agencia de Protección del Medio Ambiente (EPA) de EE.UU. vencerá a final del día. Wayne no desea demorarse en el plazo, pero no tiene tiempo para completar los informes por los tres días en los que duró su ausencia. Decide omitir los datos de esos tres días. La decisión de Wayne:

- A. Está bien, porque esos datos se recopilan en forma voluntaria y con mayor detalle que el exigido por la EPA.
- B. Está mal, porque no presentar los datos del informe en forma precisa y completa podría aparejar importantes repercusiones negativas para la Compañía.
- C. Está bien, porque solo faltan los datos de tres días, los demás datos están incluidos.
- D. Está mal, porque no presentar los datos del informe en forma precisa y completa podría aparejar importantes repercusiones negativas para la Compañía. Wayne debe consultar al departamento legal sobre el posible retraso de la presentación y resolver el problema de la presentación tardía.

Respuesta: B es correcta pero D es la respuesta correcta más completa. Las presentaciones deben ser exactas y completas en todo sentido. No presentar datos exactos y completos podría traer importantes repercusiones negativas para la Compañía y esto debería tenerse en cuenta con una consulta al departamento legal. Debe evitar “disfrazar” un problema en una presentación para evitar complicaciones de control, porque al hacerlo podría convertir todo un envío en engañoso y podría limitar la capacidad legal de la Compañía de basarse en cualquier decisión o medida gubernamental tomada en respuesta a la presentación. Del mismo modo, debe tener cuidado de “ignorar” convenientemente un monitoreo desfavorable u otros datos basándose en la teoría de que los datos siguientes serán “mejores” o que los datos se recopilaron en forma voluntaria y no es necesario divulgarlos.

Escenario hipotético N° 32 – Cumplimiento de las normas sobre medio ambiente, salud y seguridad

Ben acaba de regresar de una conferencia industrial y está ansioso por cambiar las operaciones incluidas en uno de los procedimientos de fabricación más costosos y lentos de la Compañía. Esta modificación no generará ningún cambio notable en el producto; sin embargo, Ben no sabe si provocará cambios en las emisiones atmosféricas. Ben no desea perder tiempo en aprobaciones regulatorias y quiere poner en práctica el nuevo procedimiento sin más demoras. ¿Qué debe hacer Ben?

- A. Ben debe incorporar el cambio porque posiblemente no sea percibido y, por lo tanto, no es necesario preocuparse por la aprobación regulatoria de la EPA.
- B. Ben debe consultar al departamento legal para asegurarse de que este cambio no coloque a la Compañía en una posición de incumplimiento; además, debe tomar las medidas adecuadas para evitar un incumplimiento.
- C. Ben debe proceder porque el tiempo es dinero y todo tiempo perdido intentando obtener aprobaciones regulatorias o estudiando el efecto del proceso en virtud del cumplimiento regulatorio es dinero malgastado.

Respuesta: B es la respuesta correcta. La posibilidad de que un cambio en la operación o una modificación de un producto no sean “percibidos” no debe empañar la necesidad de una consideración cuidadosa de los requisitos regulatorios. Ben debe permanecer informado del hecho de que los cambios operativos frecuentemente exigen un aviso previo a los funcionarios de control y que por lo general no pueden iniciarse hasta que las autoridades hayan dado su aprobación preliminar. La planificación comercial eficiente y segura es esencial para la salud financiera de la Compañía; por lo tanto, evaluar las cuestiones regulatorias es una parte necesaria para garantizar que los planes de la Compañía se desarrollen según su propósito, sin riesgos ni complicaciones imprevistas.

Escenario hipotético N° 33 – Cumplimiento de las normas sobre medio ambiente, salud y seguridad

Joe y Sam trabajan en la Compañía desde hace quince años. Gary es un nuevo asociado que insiste en respetar los protocolos de seguridad al pie de la letra. Joe y Sam se divierten porque saben que no hay necesidad de ser tan específicos ya que estos protocolos fueron escritos por personas que no tienen experiencia en lo que hacen Joe y Sam. ¿Qué debe hacer Gary?

- A. Debe hacer lo que hacen Joe y Sam porque hace mucho que están en el trabajo y saben más que los autores del manual de seguridad.
- B. Debe notificar a un supervisor senior y al Comité de Ética de la compañía en la que trabaja.
- C. Debe ser un macho como Joe y Sam.
- D. Debe obedecer a Joe y Sam, porque probablemente su supervisor solo se ría de él.

Respuesta: B es la respuesta correcta. No debe admitirse la frase “Así lo hicimos siempre” para justificar condiciones o actividades laborales que son peligrosas o que pueden entrar en conflicto con las buenas prácticas de negocios o con la ley. Cada asociado de la Compañía es responsable de alertar sobre estas condiciones y prácticas al Comité de Ética correspondiente, a un supervisor senior o al departamento legal para que se puedan tomar las medidas adecuadas. Por ejemplo, el almacenamiento y la manipulación seguros y apropiados de materiales peligrosos es un tema crítico para el bienestar de todos los empleados. La conducta arrogante o de “macho” respecto de materiales o procesos potencialmente peligrosos no tiene cabida en la Compañía. Del mismo modo, desde una perspectiva administrativa, las inquietudes y quejas de todos los asociados sobre asuntos de seguridad y medio ambiente y otros temas de control exigen atención seria e inmediata y no deben descartarse ni ignorarse.

Leyes sobre comercio internacional

La Compañía y sus asociados están sujetos a todas las leyes y reglamentaciones de control de importaciones y exportaciones que rigen la importación y exportación de artículos y datos técnicos y deben cumplir con ellas. La Compañía no realizará negocios con personas o entidades prohibidas. Obtendrá las licencias de exportación obligatorias y otras aprobaciones gubernamentales antes de exportar productos y tecnología controlados por EE.UU. o un gobierno extranjero. No cumplir con alguna de estas leyes podría traer aparejadas importantes multas o la pérdida o restricción de los privilegios de exportación o importación de la Compañía, lo que, a su vez, podría afectar en forma grave y adversa sus negocios.

La Compañía y sus asociados deben tener conocimiento y respetar las leyes aplicables respecto de la participación en boicots de comercio internacional. Muchos países tienen leyes que exigen que una compañía rechace, o no rechace, hacer negocios con un país específico, sus compañías o ciudadanos. Por ejemplo, las leyes de EE.UU. generalmente prohíben que las compañías estadounidenses y sus subsidiarias extranjeras colaboren en boicots internacionales no refrendados por el gobierno de EE.UU. Estas leyes pueden ser confusas, especialmente en casos donde entran en conflicto entre sí. Los asociados que realizan negocios internacionales deben estar familiarizados con todas las leyes y políticas aplicables adoptadas oportunamente por la Compañía o sus subsidiarias. Siempre contacte al departamento legal cuando deba abordar un tema de boicot o antiboicot.

La Compañía tiene el propósito de cumplir siempre con todas las leyes aplicables que rigen el comercio y las inversiones y con las consideraciones de políticas extranjeras de los Estados Unidos y otras naciones en las que operamos. Cada tanto, la Compañía adopta políticas y avisos en este aspecto y estos pueden regir no solo para la Compañía y sus subsidiarias sino también para los emprendimientos conjuntos y afiliadas en todo el mundo.

Escenario hipotético N° 34 – Leyes sobre comercio internacional

La Compañía procura ofrecer ciertos productos a un comprador que reside en Medio Oriente. El comprador proporciona una orden de compra estándar que exige que la Compañía suministre información sobre todo contrato comercial que tenga con el Estado de Israel. ¿Violaría el hacerlo la Ley de Administración de Exportaciones y la Ley de Reforma Impositiva de 1976?

- A. No, ya que solo se violan esas leyes si la Compañía acuerda participar en un boicot real como condición previa para realizar negocios.
- B. Sí.
- C. No, porque una compañía siempre puede brindar información, dadas ciertas protecciones constitucionales.
- D. No, porque las leyes solo se aplican si las cartas de crédito están condicionadas al cumplimiento del boicot.
- E. No si la orden de compra es entre el comprador y una afiliada extranjera de la Compañía.

Respuesta: B es la respuesta correcta.

Divulgación: libros y registros

La Compañía mantiene controles y procedimientos ("controles y procedimientos de divulgación") creados para garantizar que la información que debe revelar la Compañía en los informes que presenta ante la Comisión de Bolsa y Valores (SEC) de Estados Unidos sea registrada, procesada, resumida y presentada dentro de los períodos de tiempo requeridos. Los controles y procedimientos de divulgación incluyen controles y procedimientos destinados a garantizar que la información que debe revelar la Compañía en los informes que presenta ante la SEC sea reunida y enviada a la gerencia de la Compañía para posibilitar decisiones oportunas respecto de la divulgación requerida. La Compañía también mantiene un proceso ("control interno sobre los informes financieros") para ofrecer una garantía razonable respecto de la confiabilidad de los informes financieros y la preparación de los estados contables para fines externos de acuerdo con principios contables generalmente aceptados, con inclusión de políticas y procedimientos que:

- Se relacionan con el mantenimiento de registros que en forma razonablemente detallada reflejen exacta y precisamente las operaciones y disposiciones de los bienes de la Compañía;
- Ofrecen una garantía razonable de que se registren las transacciones de tal manera que permitan la preparación de declaraciones financieras de acuerdo con principios contables aceptados generalmente y que los recibos y gastos de la Compañía se realicen solo de acuerdo con las autorizaciones de la gerencia y los directores de la Compañía y
- Ofrecen una garantía razonable respecto de la prevención o detección oportuna de adquisiciones, usos o disposiciones no autorizados de bienes de la Compañía que pudieran tener un efecto material en sus estados contables.

Cada asociado que participa en el proceso de divulgación o informes financieros corporativos debe estar familiarizado y cumplir con todos los aspectos de los controles y procedimientos de divulgación y controles internos de los informes financieros de la Compañía.

Tal como se describe más arriba, bajo el título “Pagos ilegales, cuestionables o sensibles”, la Ley de Prácticas Corruptas en el Extranjero (FCPA) prohíbe obtener o retener negocios mediante pagos para influir indebidamente en funcionarios y gobiernos extranjeros. Sin embargo, la FCPA no se limita a compañías que operan en el extranjero ni a la realización de pagos ilegales en el extranjero. Además de su enfoque en actos de corrupción, contiene, de hecho, importantes requisitos de control y conservación de registros contables internos que se aplican a todas nuestras operaciones. Específicamente, la Compañía, en virtud de la FCPA, debe mantener libros, registros y cuentas con un detalle razonable para reflejar todas sus operaciones en forma exacta y justa.

La Compañía y sus subsidiarias mantendrán un sistema de controles contables internos suficientes para reforzar el cumplimiento de la política y ofrecer una garantía razonable de que:

- Las operaciones se ejecuten conforme a la autorización general o específica de la gerencia;
- Las operaciones sean registradas según sea necesario (a) para permitir la preparación de estados contables de acuerdo con los principios contables generalmente aceptados y otros criterios aplicables a estas declaraciones y (b) para mantener la posibilidad de rendir cuentas sobre los activos;
- El acceso a los bienes y fondos de la Compañía sea otorgado únicamente conforme a la autorización general o específica de la gerencia;
- Las cuentas registradas en el balance de la Compañía sean conciliadas según el detalle contable subyacente a intervalos razonables y, si corresponde, se las compare con los activos físicos; y
- Se tomen las medidas adecuadas respecto de las diferencias importantes.

Estos requisitos de conservación de registros son adicionales a todas las demás políticas financieras de la Compañía. Ningún asociado dejará de implementar, a sabiendas, un sistema de controles internos adecuados ni falsificará libros, registros o cuentas.

Todos los asociados son totalmente responsables de garantizar la exactitud y confiabilidad de las cuentas de la Compañía. Como resultado, todos los asociados son responsables de respetar los procedimientos corporativos para llevar a cabo e informar las operaciones de negocios, con inclusión de cronogramas adecuados de controles de autorizaciones. La Compañía tiene la política de que todos los libros y registros respeten los principios contables generalmente aceptados en cada uno de los países en los que Hillenbrand o sus subsidiarias realicen negocios, y cumplan con todas las leyes y reglamentaciones aplicables. Además de los temas abordados específicamente más arriba, esta política también incorpora los siguientes requisitos:

- La política de la Compañía prohíbe la existencia o creación de fondos, activos o pasivos no revelados, secretos y no registrados.
- No se aprobará ni realizará ningún pago en nombre de la Compañía con la intención o el entendimiento de que cualquier parte del pago será utilizada para fines ajenos a lo descrito en los documentos que respaldan el pago.

- No se realizarán entradas falsas o ficticias en los estados contables o en los registros financieros subyacentes y ningún empleado deberá participar en acuerdos que generen estas acciones.
- Las políticas de la Compañía prohíben el uso de sus bienes o fondos para fines que no sean los específicamente autorizados por la gerencia.
- Se prohíbe a todos los asociados utilizar, autorizar o excusar el uso de registros “fuera de libros”, cuentas secretas, cuentas bancarias no registradas, fondos de “cabildeo”, libros falsificados o cualquier otro medio que pueda utilizarse para distorsionar cuentas, registros o informes de la Compañía.
- Se prohíbe realizar toda entrada contable falsa, ficticia o engañosa realizada para ocultar o disfrazar un “pago ilegal o cuestionable” descrito en estas normas. Una entrada contable falsa, ficticia o engañosa es la que no está registrada en la cuenta correspondiente.
- Se prohíben las prácticas de sobrefacturación en operaciones internacionales diseñadas y utilizadas ilegalmente para transferir activos de un país a otro.

La política de un registro exacto y justo también se aplica al mantenimiento de informes de horarios de los empleados, cuentas de gastos y otros registros personales de la Compañía.

USO DE REPRESENTANTES DE VENTAS, AGENTES, CONSULTORES Y TERCEROS INDEPENDIENTES

Este Código y otras políticas corporativas son obligatorios. Se espera que no solo todos los asociados cumplan con este Código, sino también todos los agentes, consultores, contratistas y otras personas no empleadas de la Compañía. No se deben emplear agentes, consultores, contratistas ni otras personas, en forma directa o indirecta, para evadir este Código, la ley o nuestras políticas. Los asociados deben dar por sentado que los actos, omisiones o delitos (por ejemplo, de agentes de ventas o representantes independientes) son imputados a la Compañía, al menos como tema de reputación en caso de que no fuera un asunto legal. Los asociados no deben contratar terceros para participar en prácticas que contravengan este Código o la ley o reglamentación aplicable.

INFORMES DE CONDUCTAS ILEGALES O NO ÉTICAS; RESPONSABILIDAD

Debemos informar las violaciones de las leyes, reglamentaciones o estas normas y pautas sobre conducta ética de negocios. La Compañía respalda activamente una conducta ética. Cuando no esté seguro sobre la mejor línea de acción en una situación específica, debe buscar el consejo y la ayuda de supervisores, gerentes y el personal correspondiente.

La Compañía no tolerará ningún intento por parte de un asociado de tomar represalias contra otro a causa de informes realizados de buena fe sobre conductas ilegales o poco éticas. Las leyes federales ofrecen protección para los asociados que realizan denuncias. Por lo tanto, está prohibido que un asociado despidiera, baje el rango, suspenda o, de alguna manera, amenace, acose o discrimine a otro asociado que haya proporcionado información sobre una violación de la ley o de este Código o que ayude en una investigación bajo la ley o este Código o que participe en la presentación o que presente una demanda judicial.

El descubrimiento de eventos de naturaleza cuestionable, fraudulenta o ilegal que sean, o puedan ser, una violación de las normas y pautas establecidas en este Código o en otras políticas de la Compañía debe informarse de inmediato, tal como se analizó anteriormente en “Cómo abordar las inquietudes y violaciones”. El hecho de no informar sobre una violación existente o potencial de este Código es en sí mismo una violación del Código.

Las violaciones y las potenciales violaciones de este Código en las que participe un director, funcionario ejecutivo o miembro de un Comité de Ética serán informadas al Comité de Auditoría del Directorio de Hillenbrand. Además, las violaciones y las potenciales violaciones de este Código que impliquen incidentes de (i) faltas o fraudes de auditoría, contables, de controles internos o financieros; o (ii) cuestiones éticas o acciones ilegales en las que participe un director, un funcionario ejecutivo o un miembro de un Comité de Ética; o (iii) violaciones materiales de las leyes de títulos valores o incumplimiento del deber fiduciario serán informadas al Comité de Auditoría. El Comité de Auditoría tomará todas las medidas correspondientes para investigar una violación o potencial violación informada. Si el Comité de Auditoría determina que ha ocurrido o puede ocurrir una violación que involucre a un director, un funcionario ejecutivo o un miembro del Comité de Ética, puede informar de la violación o potencial violación al Directorio. El Comité de Auditoría o el Directorio tomarán las medidas disciplinarias o preventivas que consideren adecuadas, que pueden incluir el despido, o, en el caso de una conducta delictiva u otra violación de la ley, notificarán a las autoridades gubernamentales que correspondan.

Las violaciones y potenciales violaciones de este Código, además de aquellas que se informen al Comité de Auditoría, serán informadas al Comité de Ética correspondiente. El Comité de Ética tomará todas las medidas correspondientes para investigar una violación o potencial violación informada. Si el Comité de Ética determina que ha ocurrido o puede ocurrir una violación, tomará las medidas disciplinarias o preventivas que considere adecuadas, que pueden incluir el despido, o, en el caso de una conducta delictiva u otra violación de la ley, notificará a las autoridades gubernamentales que correspondan. El Comité de Ética de Hillenbrand, Inc. también informará sobre tal violación o potencial violación al Comité de Auditoría si determina que este último debe tener conocimiento de esta violación o potencial violación.

OTRAS POLÍTICAS

Este Código incluye solo información y pautas generales. No tiene el propósito de abordar todas las posibles aplicaciones o excepciones de las políticas generales que se describen en él. Existen otras políticas corporativas complementarias al Código que se aplican a usted. Deberá contactar a su asesor jurídico o al representante de recursos humanos de su unidad de negocios para conocer estas otras políticas. Debido a que todos los asociados deben cumplir con los requisitos de las leyes y reglamentaciones aplicables, no leer un suplemento o revisión de nuestro Código y otras políticas no será una excusa aceptable por el incumplimiento de los requisitos de toda ley o reglamentación aplicable que esté vigente de la que el asociado tenía conocimiento o debería haberlo tenido.