

Política de Patrocinios de Indra Group

indracompany.com



Índice

| | | |
|---|---|---|
| 1 | Propósito..... | 3 |
| 2 | Alcance | 4 |
| 3 | Principios..... | 5 |
| 4 | Criterios relativos al ámbito de los Patrocinios..... | 6 |
| 5 | Gobierno..... | 7 |
| 6 | Aprobación y entrada en vigor..... | 8 |

1 Propósito

La presente Política de Patrocinios (en adelante, la “Política”), aprobada por el Consejo de Administración de Indra Sistemas, S.A. (en adelante “Indra Group” o la “Compañía”), tiene por objeto definir los principios, objetivos y directrices que orienten las decisiones relativas a la concesión de patrocinios (en adelante, “Patrocinio” o “Patrocinios”) y asegurar la existencia de procedimientos robustos que garanticen el cumplimiento de la normativa aplicable en los distintos países y territorios en los que las sociedades que integran Indra Group desarrollan su actividad empresarial.

La presente Política establece un marco para alinear las decisiones en esta materia con las necesidades de marketing del Grupo Indra, siguiendo los principios establecidos en la siguiente normativa interna:

- El Código Ético y de Cumplimiento Legal (en adelante, “Código Ético”), establece que las iniciativas de Patrocinios en las que Indra Group participa han de contribuir a crear una marca fuerte, cohesionada y alineada con la estrategia y los objetivos de la Compañía. Este ha de ser su fin último. Asimismo, los Patrocinios han de seguir criterios de razonabilidad, proporcionalidad y prudencia.
- La Política de Sostenibilidad recoge los principios básicos y el marco general de actuación para la gestión de las prácticas de sostenibilidad que asume Indra Group. Las iniciativas de Patrocinios deben estar alineadas con la estrategia de Indra Group, especialmente en lo relativo a la posición frente al cambio climático alineada con el Acuerdo de París y en el cumplimiento de los Principios Rectores de Derechos Humanos.

La Política tiene en consideración no sólo los intereses de la Compañía, sino también las necesidades y expectativas de sus profesionales, clientes, accionistas, fabricantes y proveedores, socios de negocio, organizaciones no gubernamentales, comunidades locales y las de la sociedad en su conjunto (en adelante, los “Grupos de Interés”).

A efectos de la presente Política, se entenderá por Patrocinio el acto de apoyar o financiar una actividad, normalmente con fines publicitarios o de mejora de la imagen de la empresa y sus marcas, o como contraprestación a un beneficio de análoga finalidad.

2 Alcance

La presente Política es de obligado cumplimiento y de aplicación global y directa para todas las sociedades que integran Indra Group -independientemente de su ubicación geográfica- y vincula a todos sus profesionales, independientemente de la posición y función que desempeñen.

3 Principios

El principio general que ha de informar cualquier iniciativa de Patrocinio de Indra Group es reforzar la promoción comercial de las actividades y negocios de la Compañía y/o reforzar la imagen de marca con sus grupos de interés; así como los principios de proporcionalidad, razonabilidad y prudencia, consagrados en el Código Ético.

Todas las actividades objeto de Patrocinio deben quedar reflejadas por escrito y deben ser realizadas directamente a la entidad o al evento de destino, prescindiéndose de terceros intermediarios, y en todo caso, de conformidad con la normativa interna que las regule.

4 Criterios relativos al ámbito de los Patrocinios

Los Patrocinios que se realicen deberán responder a las necesidades de marketing del Grupo Indra para: (i) aumentar la visibilidad de la marca y el reconocimiento de los productos o servicios; (ii) mejorar la reputación corporativa y asociarse con valores positivos; (iii) generar una conexión emocional con el público objetivo; y (iv) generar networking alrededor de los posibles Patrocinios.

De esta manera, las iniciativas de Patrocinios podrán concretarse en aportaciones dinerarias o en especie para la organización de eventos, publicaciones, y otras actividades relacionadas con:

- Nuestra soluciones y servicios
- Nuestros mercados y áreas de actividad
- Foros de relaciones externas
- Mejora de imagen corporativa
- La mejora del “awareness” de la compañía y sus marcas
- Otras iniciativas relacionadas con la tecnología, la innovación, la captación y desarrollo de talento, la generación y difusión del conocimiento o la reducción de la brecha digital

5 Gobierno

De conformidad con la legislación vigente, el Consejo de Administración tiene la facultad indelegable de determinar las políticas y estrategias generales de la Compañía. La presente Política sirve de marco de actuación para otro conjunto de procedimientos relacionados con la gestión y gobierno de estas iniciativas.

La normativa interna de desarrollo de esta Política establecerá el órgano/s o la persona/s responsable/s de aprobar los Patrocinios, entre cuyas responsabilidades figurarán las de:

- Seleccionar y gestionar las iniciativas teniendo en cuenta los riesgos y oportunidades asociados
- Definir y dar seguimiento a los indicadores de medición del impacto de las iniciativas
- Actuar como coordinador y punto de contacto entre los profesionales y la Compañía para la ejecución de dichos programas

Asimismo, se establecerá un procedimiento de autorización en función del importe de la iniciativa.

Específicamente, se requerirá la aprobación del Consejo para aquellas iniciativas de Patrocinios (i) de importe igual o superior a 1,2M, o (ii) cuya finalidad no responda a los criterios establecidos en la presente Política, incluso aún siendo de importe inferior a 1,2M€.

6 Aprobación y entrada en vigor

La presente Política de Patrocinios entrará en vigor el día siguiente de su aprobación por el Consejo de Administración.

Tech for the future

Generamos
confianza para
proteger e impulsar
tanto el presente,
como el futuro

Avda. de Bruselas, 35
28108 Alcobendas
Madrid, Spain
T +34 91 480 50 00

indracompany.com

