

CÓDIGO DE CONDUCTA

Introducción y Propósito

¿Qué se espera de Usted?

¿Qué se Espera de los Líderes de Brand?

¿Qué Sucede cuando se plantea una Inquietud sobre Integridad?

¿Cómo Debe Manejarse el Negocio?

Cumplimiento con Leyes, Regulaciones y Reglamentos

La Manera en la que la Información es Reportada

Propiedad de la Compañía

Comunidad de Brand

Ambiente, Salud y Seguridad

Divulgación al Público

Dispensas y Conclusión

UN MENSAJE DEL PRESIDENTE Y CEO DE LA COMPAÑÍA.

A TODOS LOS MIEMBROS DEL EQUIPO,

El activo más valioso de nuestra compañía es su reputación, la cual fue construida en las decisiones y acciones diarias de cada uno de nosotros. Nuestro Código de Conducta brinda lineamientos para ayudarnos a proteger esta reputación, trabajar juntos con integridad y consistencia para hacer lo correcto. El Código de Conducta aplica para todos los empleados, ejecutivos y directores de Brand Energy & Infrastructure Services, Inc. y sus subsidiarias, así como a terceras partes que puedan representar a Brand. Favor lea con cuidado el Código de Conducta, comprenda sus contenidos y aplique sus principios mientras realiza su trabajo.

Estamos comprometidos con un ambiente donde la comunicación abierta y honesta es la regla, no la excepción. Queremos que se sienta cómodo al acudir a su Supervisor Directo, Gerente o Representante de RRHH. Adicionalmente y donde esté disponible, la Línea de Asistencia Brand EthicsPoint ("Línea de Asistencia") le brinda un método confidencial para reportar situaciones o preocupaciones de integridad. Se puede ingresar a la Línea de Asistencia por medio de www.brand.ethicspoint.com.

Si no tiene acceso o no se siente cómodo utilizando una computadora, puede ingresar un reporte llamando a la línea gratuita indicada en el sitio web o en los Anuncios de Información para el país donde esté ubicado. La Línea de Asistencia está disponible 24 horas al día, 365 días al año.

Gracias por su compromiso y apoyo continuo.



Paul Wood
Presidente y CEO de la compañía
Brand Energy & Infrastructure Services

CULTURA Y VALORES

Seguridad

- Todos los trabajadores regresamos a casa en iguales o mejores condiciones cada día.
- Nadie sale herido, nunca.
- Somos líderes en el mercado.

Los Clientes Primero

- Estamos comprometidos con la satisfacción del cliente con el mejor servicio.
- Tenemos pasión por el éxito del cliente.

Integridad Inflexible

- Siempre hacemos lo correcto.

Gerencia/Control Local

- Estamos abiertos a ideas desde cualquier parte...pasión por aprender.
- Enfoque continuo en mejorar.

La Mejor Gente/El Mejor Lugar para Trabajar

- Crear oportunidades – crecer y vivir sus sueños.
- Respetar a todos...cada idea cuenta.
- Innovamos y estamos comprometidos a entregar resultados.

CÓDIGO DE CONDUCTA

INTEGRIDAD
SEGURIDAD
TRABAJO EN EQUIPO
EFICIENCIA
RESPETO



ÍNDICE

Introducción y Propósito
¿Qué se espera de Usted?
¿Qué se Espera de los Líderes de Brand?
¿Qué Sucede cuando se plantea una Inquietud sobre Integridad?
¿Cómo Debe Manejarse el Negocio?

07

Cumplimiento con Leyes, Regulaciones y Reglamentos
La Manera en la que la Información es Reportada
Propiedad de la Compañía

17

Comunidad de Brand
Ambiente, Salud y Seguridad
Divulgación al Público
Dispensas y Conclusión

24



INTRODUCCIÓN Y PROPÓSITO

Brand Energy & Infrastructure Servicios, Inc. y sus afiliadas (“Brand”) estamos comprometidas a actuar lealmente y de acuerdo con altos estándares éticos en todo lo que hacemos. Un elemento clave de este compromiso es abrazar el espíritu de integridad así como una cultura de cumplimiento.

Nuestra reputación se desarrolla a través de la conducta de todos los que trabajan para Brand en sus interacciones con clientes, proveedores, el público, y los compañeros de trabajo. Por esta razón, es importante que los principios descritos aquí lleguen a ser algo natural para cada persona que actúe a nombre de Brand.

Cualesquiera que sean las demandas de negocios y las presiones para lograr el éxito comercial, ninguna persona debe comprometer su integridad personal para promover los intereses de Brand. Tal compromiso socavaría en última instancia lo que es mejor para nuestros intereses.

El Código de Conducta de Brand no cubre toda situación en la que puedan surgir cuestionamientos sobre la que debe ser una conducta ética de negocios. En vez de ello, el propósito es que los principios aquí bosquejados sean aplicados a una amplia gama de circunstancias. Si se diese una situación no cubierta en este manual, o si usted deseara saber más sobre las políticas locales que serían aplicables en su ubicación, contacte a su gerente, a su representante de Recursos Humanos, o al Oficial de Cumplimiento, para recibir orientación.

Nada en este Código de Conducta o las comunicaciones relacionadas crea o implica un contrato laboral o un plazo de contratación para terceros que se relacionen con Brand, tales y sin limitarse a contrapartes, terceros, contratistas, consultores, asesores externos, representantes gubernamentales, proveedores, suplidores..

¿QUIÉNES DEBEN SEGUIR EL CÓDIGO DE CONDUCTA DE BRAND Y SUS POLÍTICAS?

El Código de Conducta de Brand establece principios importantes que todas las personas físicas y jurídicas que trabajen para Brand y sus subsidiarias y afiliadas deben seguir, sin importar su ubicación o su puesto. El cumplimiento de este Código es responsabilidad de cada uno de nuestros personeros, directivos y empleados. Los terceros que representen a Brand, tales como consultores, agentes, representantes de ventas externos, distribuidores y contratistas independientes, están también obligados a comportarse de conformidad con este Código y nuestra cultura de cumplimiento.

El Director Legal de Brand es nuestro Oficial de Cumplimiento. El Oficial de Cumplimiento es responsable de administrar la implementación y la ejecución de este Código de Conducta, incluyendo:

- supervisar la administración del Código y su cumplimiento, incluyendo su aplicación, y asegurarse que se apliquen consistentemente las medidas disciplinarias correspondientes, incluyendo, entre

otras, suspensión y despido, según sea necesario y de conformidad con las leyes locales;

- realizar o supervisar investigaciones sobre las transgresiones al Código que se denuncien;
- coordinar las respuestas correspondientes en casos de conducta indebida y tomar medidas para evitar la reincidencia de cualquier conducta indebida;
- coordinar los programas de capacitación necesarios y aprobados sobre temas cubiertos por el Código; y
- responder preguntas y dar orientación a empleados, personeros y directivos en relación con el Código de Brand o a los terceros a los que se aplique este Código.

¿DÓNDE SE APLICAN EL CÓDIGO DE CONDUCTA DE BRAND Y SUS POLÍTICAS?

El Código de Conducta de Brand y las políticas de la compañía se aplican en cualquier lugar donde Brand



opere, en la medida que así sea permitido por ley. Debido a que Brand hace negocios en todo el mundo, nuestras operaciones están sujetas a las leyes y reglamentos de muchos países, gobiernos y dependencias diferentes. Además de este Código, cada uno es responsable de conocer y cumplir con las leyes y reglamentos del lugar donde trabaja o hace negocios. Además de las leyes locales, usted debe saber que su operación y sus actividades en el lugar pueden estar sujetas a leyes extranjeras. Por ejemplo, las operaciones de Brand en todo el mundo están sujetas a la Ley de Prácticas Corruptas en el Extranjero de los Estados Unidos y a la Ley de Sobornos del Reino Unido. Si tuviese alguna pregunta sobre las leyes vigentes que se aplican a sus actividades, debe hacer contacto con el Oficial de Cumplimiento de Brand o con el Departamento Legal de Brand.



¿QUÉ SE ESPERA DE USTED?

Nuestra cultura de cumplimiento y comportamiento ético depende de que cada empleado de Brand comprenda y aplique el Código de Conducta de Brand. Esperamos que cada empleado de Brand:

I. Comprenda Nuestro Código y Nuestras Políticas:

Lea, comprenda y cumpla con el Código de Conducta de Brand.

- Asista a todos los programas de capacitación sobre ética y cumplimiento que se requieran.
- Se familiarice con las políticas y regulaciones específicas de su trabajo, su unidad de negocios y su ubicación.
- Consulte a su gerente, al representante de Recursos Humanos o al Oficial de Cumplimiento de Brand si requiriese la aclaración de cualquier aspecto del Código de Conducta.

II. Actúe con Integridad:

- Rinda cuentas de sus actividades de manera honesta y exacta.
- No comprometa su integridad personal, aunque reciba instrucciones de hacerlo de parte de otra persona. Actuar por instrucciones de otra persona no es justificación para la transgresión de este Código.
- Nunca le solicite a otra persona que viole este Código o cualquier ley o reglamento.
- Comprenda y siga este Código, las políticas aplicables de la compañía, las políticas específicas de su unidad de negocios, y las leyes y reglamentos aplicables.

III. Hable sin Reservas:

- Brand apremia a sus empleados para que expresen sin demora cualquier inquietud sobre integridad o preguntas sobre asuntos relacionados con ética, discriminación o acoso, y reporten sus sospechas de transgresiones a este Código y otras leyes y reglamentos aplicables, o nuestras políticas.
- *Brand prohíbe absolutamente las represalias contra cualquiera que exprese o ayude a resolver cualquier inquietud sobre integridad.*

Si usted siente que se han tomado represalias en su contra, o que ha sido tratado injustamente luego de expresar una inquietud, se espera que lo reporte como lo haría con cualquier otra inquietud sobre integridad. Una conducta de represalia puede ser causal para que se tomen medidas disciplinarias, incluyendo, entre otras, suspensión y despido del transgresor.

- Hay varios métodos para expresar sus inquietudes sobre integridad; use el canal y el idioma que sean más cómodos para usted y que sean apropiados para la situación. Si bien en la mayoría de los casos su supervisor o gerente directo o su representante de Recursos Humanos podrían atender y resolver inquietudes sobre integridad, éstas no son sus únicas opciones. Otros recursos incluyen el siguiente nivel de administración, los auditores de la compañía, el Oficial de Cumplimiento y nuestra Junta Directiva.

- Respetaremos su confidencialidad, y únicamente las personas que se necesiten para investigar y resolver la inquietud sobre integridad reportada tendrán acceso a la información que usted suministre. Excepto en la medida que sea necesario, su identidad o sus detalles personales no serán revelados a personal que no esté autorizado para investigar el reporte.
- Cuando la opción esté disponible y sea permitida por ley, usted puede reportar el caso anónimamente, pero esto hace que sea más difícil investigar el reporte. No le podremos notificar sobre el estatus de la investigación si su reporte fuese anónimo y usted no nos diese detalles de contacto. Para realizar un reporte anónimo desde los Estados Unidos o Canadá, puede encontrar información sobre la manera de

presentar un reporte en su lugar de trabajo o en nuestro sitio en Internet.

- Las reglas sobre reportes anónimos de inquietudes sobre integridad varían en muchos países. Por ejemplo, muchos países (primordialmente en la Unión Europea) prohíben los reportes anónimos o los limitan a transgresiones a los controles internos en casos de finanzas, contabilidad, banca y anticorrupción.
- Debe estar consciente de que presentar a sabiendas una acusación falsa o suministrar información falsa puede ser causal de la imposición de medidas disciplinarias, incluyendo, entre otras, suspensión y despido, y/o el inicio de un proceso penal y/o civil de acuerdo con la ley aplicable.



¿QUÉ SE ESPERA DE LOS LÍDERES DE BRAND?

Crear una cultura de cumplimiento y abrazar el espíritu de integridad son responsabilidades clave de cada líder de Brand. Sea usted un personero, un directivo, un supervisor o un administrador a cargo de un equipo pequeño, esperamos que cada líder de Brand:

I. Dé el Ejemplo

- Demuestre por medio de sus acciones y comportamiento lo que significa actuar con integridad y actuar de conformidad con los principios de este Código, nuestras políticas y la ley;
- Tome en cuenta el cumplimiento e integridad en la evaluación de sus subordinados; y
- Se asegure que la búsqueda de resultados de negocios no comprometa el espíritu de integridad o el cumplimiento con este Código, nuestras políticas o la ley.

II. Promueva el Cumplimiento

- Establezca un ambiente en el que se tomen con seriedad las transgresiones a este Código y se anime a los empleados a expresar sus inquietudes sin temor a represalias;
- Mantenga un diálogo activo con empleados sobre inquietudes relativas a integridad; y
- Se comunique con empleados sobre nuestras expectativas en relación con el cumplimiento de este Código y nuestras políticas, así como los cambios que se les hagan, al ser implementados.

III. Responda a las Inquietudes de los Empleados

- Trate las inquietudes de los empleados con respeto y las tome con seriedad, resolviéndolas con prontitud y confidencialidad.
- Anime a los empleados a reportar sin demora las transgresiones a este Código, nuestras políticas o la ley. Los líderes que han sido notificados de una transgresión son responsables de asegurar que sea debidamente reportada, si el empleado no lo hace.
- Tome las medidas disciplinarias correspondientes una vez que una investigación haya sido concluida.

IV. Asuma Responsabilidad

- En algunos países, los líderes de Brand pueden ser responsabilizados por transgresiones a este Código, nuestras políticas o la ley cometidas por empleados bajo su dirección.

¿QUÉ SUCEDE CUÁNDO SE PLANTEA UNA INQUIETUD SOBRE INTEGRIDAD?

I. Investigaciones

Investigaremos sin demora las inquietudes sobre integridad que se nos reporten, incluyendo sospechas de transgresiones a este Código. La investigación requiere la cooperación y la confidencialidad de todos los involucrados.

- Función del Oficial de Cumplimiento – El Oficial de Cumplimiento es responsable de la investigación de inquietudes sobre integridad y puede delegar aspectos de investigaciones a otros. La información sobre investigaciones será tratada como confidencial. Cuando tenga la obligación legal de hacerlo, y con la asesoría del Director Legal de Brand o de quien corresponda, el Oficial de Cumplimiento puede reportar el asunto bajo investigación y proporcionarle información relevante a autoridades externas o a otros dentro de Brand que requieran tal información, la cual siempre será tratada de forma confidencial.
- Función de nuestros empleados – La cooperación de los empleados y la confidencialidad de las investigaciones son esenciales para la implementación efectiva de este Código. Se espera que todos los empleados cooperen en la investigación de cualquier inquietud sobre integridad y mantengan la confidencialidad de la investigación.

II. Sanciones por Transgresiones a este Código

Tomamos este Código con mucha seriedad. Las transgresiones al Código pueden ser causal para que se tomen medidas disciplinarias, de conformidad con la ley local, incluyendo, entre otros, suspensión y despido

y/o iniciar el proceso penal y/o civil correspondiente de acuerdo con la ley aplicable. Cuando corresponda, se podrán referir las transgresiones al Código a las autoridades competentes para su investigación, procesamiento o restitución. Sujeto a las leyes locales, los empleados de Brand pueden ser disciplinados también por transgresiones al Código, tales como:

- autorizar o participar en transgresiones a este Código;
- retener deliberadamente información o proporcionar información falsa o tergiversada durante una investigación;
- violaciones al Código que tengan como resultado no supervisar adecuadamente a los subordinados; y
- Represalias contra alguien que exprese una inquietud sobre integridad.

Los clientes, proveedores, competidores y empleados de Brand deben ser tratados de manera leal. No se puede usar manipulación, encubrimiento, abuso de información privilegiada, tergiversación de hechos sustanciales, o cualquier otra práctica desleal de negociación para sacarles ventaja a otros, mientras se actúa como un representante de Brand.

I. Responsabilidad Social

Brand cree en su función como un buen ciudadano corporativo, y expresa su respaldo a los derechos humanos fundamentales y su compromiso de evitar prácticas de negocios que constituyan un abuso de derechos humanos. Esto significa manejar con cuidado aspectos tales como el bienestar de la fuerza laboral, el ambiente, la seguridad y la salud, así como los impactos potenciales de nuestras actividades en comunidades locales.

Brand anima pero no le exige a los empleados que participen activamente en su comunidad local, por ejemplo, en actividades de caridad o participación política, en la medida que el trabajo del empleado no se vea afectado. Sin embargo, ningún empleado debe sentirse presionado u obligado a participar activamente en la comunidad local o contribuir con tiempo o dinero a actividades caritativas o políticas.

Se pueden hacer contribuciones políticas o de caridad de fondos o activos de Brand únicamente de conformidad con las políticas aplicables de la compañía.

¿CÓMO DEBE MANEJARSE EL NEGOCIO?

II. Transacciones con Contratistas y Proveedores

Las transacciones de Brand en el mercado no pueden verse empañadas por la apariencia de favoritismo o influencia indebida. Los contratistas y proveedores deben ser seleccionados con base en criterios claros y objetivos. Las consideraciones relevantes incluyen precio, producto y calidad del servicio, cronograma de entregas, reputación por conducta ética, y altos estándares ambientales, de seguridad y de salud.

Brand espera que sus contratistas, proveedores, agentes y representantes cumplan con este Código, las leyes aplicables y otras políticas relevantes de Brand.

III. Pagos Inapropiados, Corrupción y Soborno

Nunca es aceptable realizar un pago inapropiado, tal como sobornos, pagos de facilitación, o regalos o regalías sin justificación, para sacar ventaja en cualquier situación. Brand expresamente prohíbe pagos inapropiados en todas las transacciones de negocios, en todo país alrededor del mundo, tanto en el sector gubernamental como en el sector privado. Los pagos inapropiados incluyen “pagos de facilitación” realizados para facilitar transacciones, con frecuencia con dependencias gubernamentales, independientemente de que tales pagos de facilitación sean legales o acostumbrados en la jurisdicción local.

Los pagos inapropiados no deben ser confundidos con regalos razonables y limitados, entretenimiento de negocios y gastos de viaje y estancia de clientes

directamente relacionados con la promoción del negocio de Brand, a menos que el beneficiario tenga una política que restrinja esto. Estos rubros son aceptables, sujeto a este Código y las políticas de la compañía, de negocios o regionales, tal como la política de viaje y entretenimiento, o una política de reembolso de gastos de negocios. Recuerde, está absolutamente prohibido ofrecer algo o hacer arreglos para algo como incentivo personal con el fin de asegurar un negocio.

Se pueden dar propinas o gratificaciones por servicios de conformidad con la práctica legal y local; sin embargo, usted debe ser sensible al contexto en el que se paguen tales gratificaciones, de manera que no sean malinterpretados como sobornos. No se deben pagar comisiones si el monto o el método de pago sugiriesen que se pagará un soborno. Todos los pagos deben ser registrados con claridad y exactitud en los libros de Brand. Si se solicitase cualquier pago en circunstancias que usted considera ambiguas, debe buscar la orientación de su gerente o del Oficial de Cumplimiento.

IV. Conflictos de Intereses

Los empleados de Brand deben tener cuidado de que sus actividades personales y otras actividades profesionales no entren en conflicto con sus responsabilidades ante Brand. Cada empleado de Brand tiene la obligación de evitar cualquier actividad que sea o produzca la apariencia de un conflicto de intereses.

Se produce un "conflicto de intereses" cuando los intereses privados de una persona interfieren o son inconsistentes de manera alguna con los intereses de Brand. Cuando un empleado, personero o directivo realice acciones o tenga intereses que sean inconsistentes con el objetivo y el desempeño efectivo de su trabajo, puede surgir un conflicto de intereses. Los posibles conflictos de intereses pueden incluir, entre otros:

- Representar a Brand en transacciones en las que usted tenga un interés personal o financiero;
- Dirigir negocios a proveedores en los que usted o familiares cercanos tengan un interés personal o financiero, salvo que sea inferior a una inversión de

1% en una corporación cuyas acciones se negocien en la Bolsa;

- Buscar beneficios personales o regalos que pudiesen influenciar su juicio de negocios, de parte de clientes, contratistas o proveedores, o trabajar en representación de clientes, contratistas o proveedores;
- Usar indebidamente recursos de Brand, o su puesto o su influencia, para lograr un beneficio personal inapropiado o promover sus actividades o intereses externos;
- Competir con un competidor de Brand o trabajar con éste;
- Realizar negociaciones con información privilegiada; o
- Otras circunstancias en las que sus intereses personales pudiesen ser diferentes de lo mejor para los intereses de Brand.

Deben evitarse conflictos de intereses sin aprobación específica. Cuando tenga dudas sobre si una transacción es apropiada o si hay posibilidad de un conflicto, consulte a su gerente o al Oficial de Cumplimiento. Es difícil describir todas las circunstancias y condiciones que podrían ser consideradas un conflicto de interés. Las áreas grises serán razonablemente consideradas, con reconocimiento pleno de las circunstancias del caso. Cuando haya una posibilidad definitiva de un conflicto de intereses, se le dará al empleado un plazo razonable para corregir el conflicto. En algunas jurisdicciones, se prohíben ciertos conflictos de intereses de acuerdo con la ley aplicable, y los empleados, personeros o directivos no deben emprender actividad alguna que pudiese tener como resultado una transgresión a la ley aplicable.

V. Divulgación de Conflictos de Intereses Potenciales

Los empleados que realicen acciones o estén involucrados en relaciones que pudiesen tener como resultado un conflicto de intereses potencial deben revelar el conflicto potencial tan pronto como surja, para su revisión y aprobación por parte de la administración, con el fin de proteger lo mejor para los intereses de Brand. Tales revelaciones se harán por escrito, si fuese solicitado específicamente.

VI. Trabajo Externo

No se aconseja a empleados a tiempo completo, a personeros o a directivos que tengan un trabajo suplementario o secundario, y puede ser ilegal tenerlo. Si tiene un acuerdo o contrato laboral con Brand, éste puede prohibir específicamente tener un trabajo suplementario o secundario. Cuando no esté prohibido contractualmente y no sea ilegal hacerlo, no se prohíbe tal trabajo suplementario o secundario, si no interfiere con sus obligaciones ante Brand, y no entra en conflicto de otra manera con los intereses de Brand. Los empleados a tiempo completo, los personeros, o los directivos de Brand, no pueden trabajar nunca para competidores, proveedores o clientes de Brand. Si tiene un trabajo suplementario o secundario, repórtelo al personal de administración correspondiente.

VII. Intereses Externos

Se les prohíbe a los empleados de Brand responsables por transacciones con terceros tener cualquier participación económica en compañías o negocios con los que Brand negocie o compita. Las participaciones accionarias en compañías con acciones en la Bolsa no son consideradas una violación, a menos que tengan un valor tal que pudiese influenciar el juicio de un empleado sobre asuntos de Brand.

VIII. Puestos de Directivos Fuera de la Compañía

Se les prohíbe a nuestros empleados, personeros o directivos actuar como directivos o fiduciarios, asesores o consultores de cualquier otra entidad con ánimo de lucro de la competencia de Brand, o de proveedores, o terceros que realicen negocios o trámites de cualquier tipo con Brand (excepto por una entidad de caridad o sin ánimo de lucro), a menos que obtengan la aprobación previa por escrito del Oficial de Cumplimiento, la cual no deberá ser denegada irrazonablemente o arbitrariamente.

IX. Oportunidades Corporativas

Los empleados, personeros y directivos tienen una obligación con Brand de promover sus intereses legítimos cuando surja la oportunidad de hacerlo, y se les prohíbe:

- aprovechar para sí oportunidades que sean

descubiertas por medio del uso de bienes corporativos, información de la compañía o su puesto;

- usar bienes corporativos, información de la compañía o su puesto para una ganancia personal; y
- competir con Brand.

X. Regalos, Favores y Entretenimiento

Los regalos de negocios, favores y entretenimiento pueden interferir con el manejo de relaciones de negocios sólidas y objetivas y deben tratarse con cautela. Cuando no esté prohibido por ley o reglamento de otra manera, ningún personero, directivo o empleado debe dar o aceptar regalos excesivos, hospitalidad inusual, entretenimiento opulento u otros favores de terceros que sean ilegales, desagradables, en efectivo o en equivalente de efectivo, de manera quid pro quo (como intercambio), o que de otra manera inflencie o dé la impresión de influenciar el juicio de negocios del beneficiario.

Se les pueden dar regalos, favores y entretenimiento a otros por cuenta de Brand, únicamente si se satisfacen los siguientes criterios:

- Que sean consistentes con la práctica de negocios aceptada de Brand y sean debidamente registrados en los libros y registros de la compañía;
- Que sean de un valor suficientemente limitado y de una manera que no se interprete como un soborno o una recompensa;
- Que no contravengan la ley local aplicable o estándares sociales o éticos generalmente aceptados; y
- Que la divulgación pública de los hechos, incluyendo la identidad del beneficiario, no tenga como resultado vergüenza para Brand o para el beneficiario.

XI. Préstamos

Los préstamos de dinero otorgados por Brand a cualquiera, incluyendo personeros, directivos o empleados de Brand o de terceros deben ser aprobados con anticipación por la Junta Directiva o su comité designado.



CUMPLIMIENTO CON LEYES, REGLAS Y REGLAMENTOS

Brand está comprometida a usar prácticas de negocios libres, leales y éticas y al cumplimiento con todas las leyes aplicables. No observar las leyes aplicables puede generar demoras operativas, un daño a nuestra reputación, y someter a Brand a multas penales y civiles y/o la pérdida de privilegios de exportación. Los empleados pueden también ser multados o enviados a prisión por violaciones a las leyes aplicables.

I. Leyes de Competencia y Contra Monopolio

Las leyes de competencia y contra monopolio protegen la libre empresa y prohíben un comportamiento que limite el comercio o restrinja la libre competencia. Estas leyes se aplican a todo nivel de nuestro negocio. Combaten prácticas tales como el uso indebido del poder de mercado, fijación de precios, repartición del mercado o fraude en licitaciones. Se les prohíbe estrictamente a los empleados, personeros y directivos de Brand discutir o llegar a acuerdos o entendimientos con nuestros competidores en relación con cosas tales como los precios de nuestros servicios o productos, asignar mercados, territorios o clientes, boicotear a ciertos clientes o proveedores, limitar o controlar de otra manera la producción, o restringir de otra manera el comercio o realizar prácticas económicas abusivas o anticompetitivas prohibidas por ley. Se pueden imponer sanciones significativas a compañías y a empleados de compañías involucrados en este tipo de comportamiento; incluyendo sanciones monetarias sustanciales y prisión.

II. Control de Comercio, Sanciones y Leyes Contra Boicot

Muchos países donde opera Brand tienen leyes que regulan importaciones y exportaciones y/o leyes que se refieren a sanciones económicas, o a boicots económicos. Para cumplir con las leyes de control de exportaciones y de importación, es importante entender lo que usted está enviando o recibiendo, a quién se lo está enviando o de quién lo está recibiendo, y el destino de un envío. Las leyes contra boicot les prohíben a las compañías y personas físicas participar en sanciones o boicots a los que se oponga ese país. Las solicitudes de boicot pueden darse de varias maneras, pero son vistas con frecuencia en solicitudes de presentación de ofertas, versiones preliminares de contratos, órdenes de compra, cartas de crédito, y documentos o instrucciones de envío. Si bien algunas solicitudes de boicot son obvias, otro lenguaje de boicot no lo es.

III. Transacciones con Gobiernos y Representantes Gubernamentales

Brand puede realizar negocios con gobiernos nacionales o empresas propiedad del gobierno. En toda interacción, los empleados de Brand deben aplicar los estándares éticos más altos y cumplir con las leyes y reglamentos aplicables que se refieran a las transacciones con representantes de gobierno, incluyendo la Ley de Sobornos del Reino Unido y la Ley de Prácticas Corruptas en el Extranjero (FCPA), las cuales prohíben darle cualquier cosa de valor directa o indirectamente a funcionarios de gobiernos extranjeros o candidatos políticos extranjeros, con el

fin de obtener o retener el negocio. Los empleados de Brand que hagan negocios fuera de los Estados Unidos deben estar familiarizados con los requerimientos de la Ley de Sobornos del Reino Unido y la FCPA. Al tratar con legisladores, agencias reguladoras, agentes de campo de gobierno u otros funcionarios públicos, partidos políticos, funcionarios de partidos o candidatos políticos de cualquier país. Los empleados de Brand no deben tener conducta alguna dirigida a obtener, retener o dirigir negocios, influenciar indebidamente a tales personas o a sus asociados para que realicen acciones inapropiadas o eviten tomar las medidas requeridas, o de otra manera en el cumplimiento de sus obligaciones. Como proposición general, no se deben dar pagos, regalos u otras cosas de valor a cualquier funcionario legislativo, judicial u otro funcionario gubernamental por cualquier razón que sea. Esto es aplicable en todo lugar donde operamos, aunque el pago por parte de empleados de Brand a representantes cuasi-gubernamentales o gubernamentales extranjeros, con el fin de facilitar o agilizar la realización de acciones gubernamentales de rutina que no involucren una desviación para otorgar un negocio o continuar haciendo el negocio, pudiese ser lo acostumbrado y sea permitido por la ley local. Brand espera que sus terceros agentes, distribuidores y representantes cumplan con este Código y nuestras políticas en su representación de Brand.

IV. Información Privilegiada, Negociación con Información Privilegiada y Dar Información Privilegiada

Las leyes de "negociación con información privilegiada" prohíben la compra o venta de acciones o títulos valores por parte de personas que conozcan información no pública sustancial sobre una compañía, así como la divulgación de información no pública sustancial sobre una compañía a otros que negocien con títulos valores de la compañía. Estas transacciones son conocidas en general como "insider trading" (negociación con información privilegiada) o "tipping" (dar información privilegiada). Realizar tales prácticas expone a Brand y a las personas involucradas en tales actividades a responsabilidad civil y penal severa, incluyendo daños triples, sanciones y prisión.

Ningún directivo, personero o empleado de la compañía

que conozca información no pública sustancial relativa a la compañía puede, sea directamente o a través de familiares u otras personas físicas o jurídicas, comprar o vender los títulos valores de la compañía (salvo que sea de conformidad con un plan de transacciones previamente aprobada que cumpla con la Regla 10b5-1) de la SEC, o realizar cualquier otra acción para aprovechar personalmente esa información no pública sustancial, o pasarle esa información a otros fuera de la compañía, incluyendo familia y amigos. Además, ningún directivo, personero o empleado que, mientras trabaja para el negocio, se entere de información no pública sustancial sobre una compañía con la que la compañía haga negocios, tal como un cliente o proveedor de Brand, puede negociar con títulos valores de la compañía hasta que la información llegue a ser pública o ya no sea sustancial.

La información es de naturaleza "no pública" hasta que haya sido puesta a disposición de los inversionistas en general con su presentación ante la Comisión de Valores, o al ser revelada en anuncios de prensa emitidos por Brand en publicaciones de circulación general. La "información sustancial" incluye nuevos mercados, cifras de ventas y ganancias, contratos importantes y planes de adquisiciones y fusiones de naturaleza sustancial. También incluye información confidencial importante sobre una compañía con la que Brand hace negocios.

LA MANERA EN LA QUE LA INFORMACIÓN ES REPORTADA

I. Documentos y Registros

Nuestros registros de negocios, reportes y declaraciones tributarias deben ser preparados de manera precisa, fiel y completa. Los empleados de Brand deben asegurar que:

- Todas las facturaciones, pagos o cualquier otra contabilidad o transacciones internas se ajusten a los contratos con los clientes y los mecanismos de aprobación.
- No se establezca un activo o fondo no revelado o no registrado para cualquier propósito.
- No se hagan retiros de cualquier cuenta de desembolso, excepto por medio de cheque u otros medios aceptables de transferencia que acostumbren usar los bancos principales, y en ese caso únicamente por parte de empleados autorizados, y no deberá hacerse cheque alguno pagadero a "caja" u otro beneficiario no identificable.
- No se incluyan asientos falsos o artificiales en los libros y registros de Brand o de cualquier subsidiaria por cualquier razón, y ningún empleado deberá realizar cualquier convenio que tenga como resultado tal asiento.
- No se apruebe o se haga pago alguno con la intención o en el entendimiento de que cualquier parte de tal pago se va a usar para un propósito que no sea el indicado en los documentos que respalden el pago.
- Los documentos y registros sean conservados de conformidad con las políticas aplicables de retención de registros.

II. Procedimientos y Controles Contables

Los empleados involucrados en crear o registrar transacciones financieras son responsables de asegurar que todas las transacciones sean registradas sin demora, con exactitud y en su totalidad en nuestros libros y registros, con el fin de permitir la preparación de los estados financieros en cumplimiento con las políticas financieras y contables de Brand, o políticas específicas de su región o negocio, las leyes y reglamentos locales, y los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados de los Estados Unidos, y mantener la contabilidad de todos nuestros activos.

Se les prohíbe a todos los empleados de Brand coaccionar, engañar o influenciar fraudulentamente a cualquier contador independiente involucrado en la auditoría o la revisión de los estados financieros de Brand.

III. Documentación de Respaldo

La documentación de respaldo en el caso de transacciones, tales como facturas, solicitudes de cheques, y reportes de gastos de viaje, debe describir con precisión y en detalle las transacciones efectivas. No se pueden pagar fondos de Brand con la intención o en el entendimiento de que cualquier parte de tal pago va a usarse para un propósito que no sea el descrito por el documento que respalda tal pago. La documentación de respaldo debe ser exacta y conservada de acuerdo con lo dispuesto por ley o las políticas de Brand.

Se les prohíbe estrictamente a los empleados de Brand alterar, destruir o falsificar documentos o registros con la intención de impedir, influenciar u obstruir la investigación o la debida administración de cualquier asunto dentro de la jurisdicción de cualquier dependencia gubernamental.

IV. Tergiversación, Falsificación de Registros y Fraude

Es importante que cualquier fraude sea detectado, reportado, y en particular, prevenido. Nadie debe racionalizar o siquiera considerar tergiversar hechos o falsificar registros. Las transgresiones a este Código y estas políticas pueden ser causales para la imposición de medidas disciplinarias, incluyendo, entre otras, suspensión y despido y/o el inicio del proceso penal o civil correspondiente, de acuerdo con la ley aplicable.



PROPIEDAD DE LA COMPAÑÍA

Proteger nuestros activos es responsabilidad de todos los empleados, personeros y directivos de Brand. Los empleados de Brand deben usar y dar mantenimiento a tales activos con cuidado y respecto, protegiéndolos contra desperdicio y abuso. Los activos de Brand incluyen, no solamente bienes físicos, equipo e inventario, sino también otros activos tangibles, tales como títulos valores y efectivo, equipo y suministros de oficina y sistemas de información. También incluye propiedad intelectual, tal como listas de clientes, información sobre determinación de precios, software, patentes, marcas comerciales, derechos de autor y otra información privilegiada y know-how.

I. Productos y Servicios

Nuestros productos y servicios son propiedad de Brand. Las contribuciones realizadas por empleados durante su relación laboral con Brand al desarrollo, la mejora y la implementación de los productos y servicios de Brand son propiedad de Brand y siguen siéndolo luego de la terminación de ese empleado.

II. Fondos

Los empleados, personeros y directivos son personalmente responsables por los fondos de Brand que les sean confiados. Los fondos de Brand incluyen, entre otros, moneda, cheques, tarjetas de crédito o de débito, giros postales, porte postal, recibos, reclamos de reembolso, cuentas por pagar, cuentas por cobrar, estimados, cheques de pago, reembolsos de gasto y facturas. Los empleados deben ser cuidadosos en la protección, el uso y el registro de fondos de Brand:

- siguiendo las políticas de Brand para la seguridad de

los fondos de la compañía;

- asegurando que Brand reciba un valor de calidad a cambio de los fondos de la compañía o los fondos personales que serán reembolsados por la compañía;
- buscando únicamente el reembolso de gastos que sean razonables, reales y autorizados; y
- asegurando que los registros que aprobemos reflejen el uso apropiado de los fondos de Brand y sean precisos, honestos y preparados oportunamente.

III. Computadoras, Servidores y Software

Las computadoras, los servidores, y los sistemas de medios electrónicos de Brand y toda la información introducida a los sistemas de cómputo de Brand son propiedad de Brand, sujeto a la ley aplicable. El sistema de correo electrónico, los sistemas de comunicación electrónica y el acceso a Internet de Brand son suministrados para su uso de manera efectiva, ética, no ofensiva y legítima para el manejo de la operación de la compañía. Brand puede permitir el uso personal ocasional de servicios de correo electrónico y de Internet, siempre y cuando que tal uso sea efectivo, ético, no ofensivo y legítimo y no interfiera con el manejo de la operación de la compañía o el cumplimiento de las obligaciones de los empleados relacionadas con su trabajo. Se espera que los empleados sigan las políticas de Brand aplicables o políticas específicas a su región o negocio y usen su buen juicio, limitando su uso personal de estos recursos. No hacerlo es una transgresión a este Código y puede tener como resultado que se descontinúe el

acceso a algunos o todos los recursos para uso personal. Cualquier intento de deshabilitar, anular o evadir las protecciones de seguridad de Brand puede ser causal de medidas disciplinarias, incluyendo, entre otras, suspensión y despido.

Un creciente número de países son más estrictos en la regulación de la recopilación, el procesamiento y el uso de "datos personales" (nombre, información de contacto en el hogar y la oficina, etc.). Los empleados de Brand deben cumplir con las leyes y reglamentos aplicables de las jurisdicciones del lugar donde se recopilen los datos personales y del lugar donde se procesen o se usen, además de cumplir con las políticas de Brand y las obligaciones contractuales aplicables.

El uso de redes sociales puede ser una herramienta valiosa. Sin embargo, si no se hace apropiadamente, las redes sociales pueden exponerlo a usted y a Brand a un riesgo adicional. Nunca use redes sociales para presentar información sobre Brand o su unidad de negocios, a menos que ello sea debidamente aprobado. Se les aconseja estrictamente a los empleados, personeros y directivos no crear (directa o indirectamente) una cuenta en cualquier plataforma de medios sociales a nombre de Brand y/o que no comuniquen o presenten algo en la plataforma de medios sociales para Brand y/o en representación de Brand. Si ve algo en redes sociales que pueda incluir información engañosa sobre Brand o su unidad de negocios, notifíquesele a su gerente o al Oficial de Cumplimiento.

IV. Información Privilegiada y Confidencial

Todos los empleados, personeros y directivos tienen la obligación de salvaguardar la información confidencial y privilegiada de Brand y protegerla de su divulgación no autorizada. Si la compañía estuviese obligada por requisitos de confidencialidad más estrictos bajo cualquier contrato, los empleados, personeros y directivos deberán cumplir con tales obligaciones más estrictas. Este deber continúa luego de la terminación de la relación laboral por cualquier razón.

La información confidencial incluye toda la información no pública relativa a Brand, incluyendo un producto no anunciado, información financiera o de negocios, planes de adquisición y desinversión, posición competitiva, estrategias de negocios, información sobre clientes,

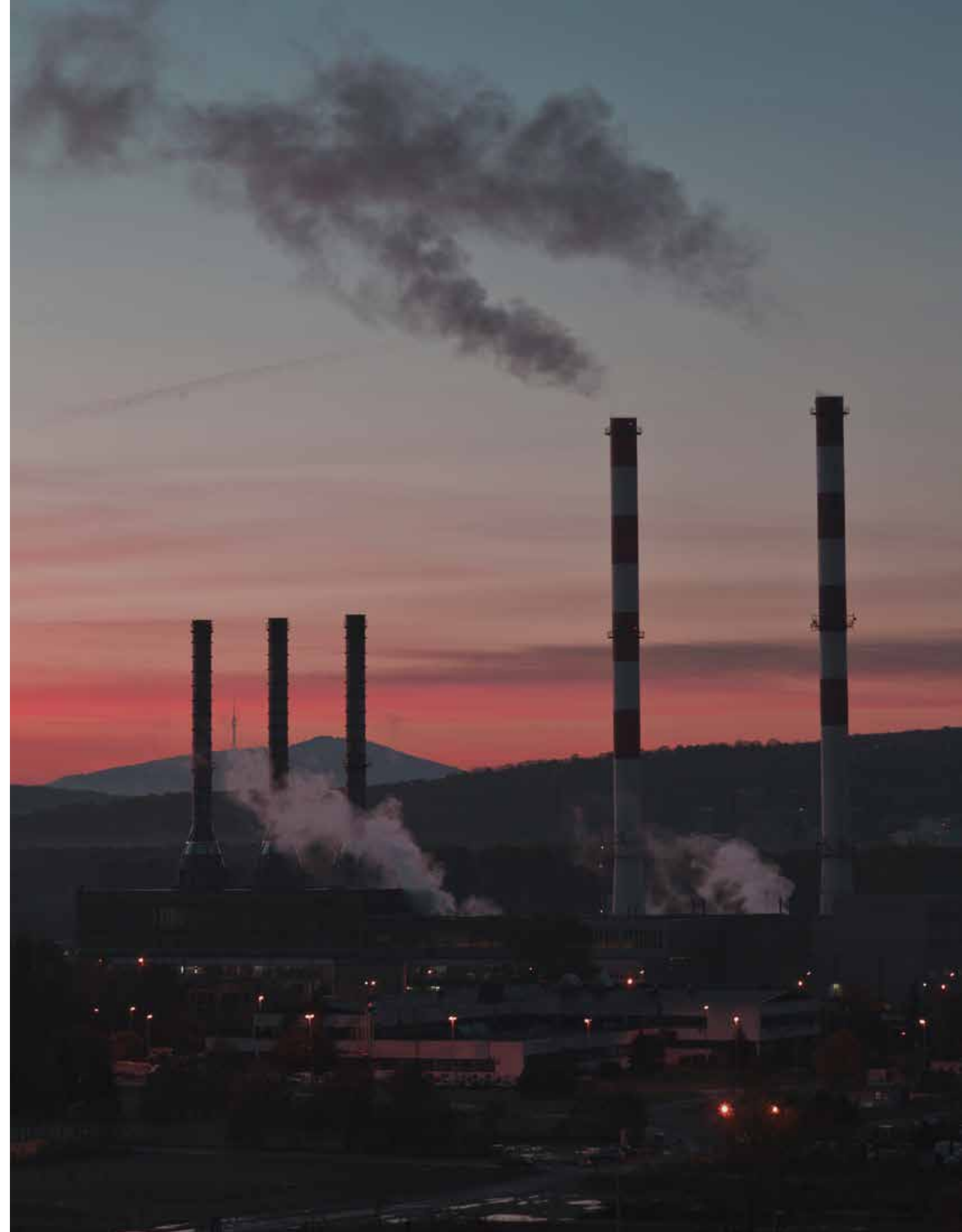
costos de productos y toda otra información no pública que pudiese ser útil para competidores o dañina para Brand, nuestros clientes o proveedores, si fuese revelada. La información privilegiada incluye patentes, marcas comerciales, derechos de autor, secretos comerciales y toda otra información de negocios, financiera y técnica privada o sensible. Una divulgación no autorizada podría hacerle perder su valor para nosotros y darles una ventaja indebida a otros.

La información privilegiada y confidencial de Brand no puede ser revelada a cualquiera sin la debida autorización. Conserve los documentos privilegiados y confidenciales protegidos y seguros. En el curso de las actividades de negocios normales, los proveedores, clientes y competidores pueden a veces revelarles a usted información que sea privilegiada para su negocio. Estas confidencias deben ser respetadas y siempre tratadas al mayor grado de confidencialidad.

En general, no es inapropiado ni ilegal acumular información pública sobre un competidor o usarla en el manejo de nuestro negocio. La inteligencia competitiva debe ser recopilada de manera ética y de conformidad con las leyes y reglamentos que protegen la información privilegiada de competidores. Por ejemplo, es apropiado reunir tal inteligencia de fuentes públicas, incluyendo sitios en Internet, anuncios, folletos o presentaciones públicas, pero es inapropiado que los empleados utilicen información privilegiada de un patrono anterior, aún en el caso de que ese patrono anterior sea un competidor. Brand respeta la información confidencial o privilegiada de nuestros competidores y espera que nuestros empleados se protejan contra el recibo de tal información confidencial o privilegiada.

V. Prevención de Robos

Limite las pérdidas debido a robo o apropiación indebida de propiedad de Brand tomando precauciones normales y manejando los activos de la compañía de manera prudente. Guarde bajo llave el equipo, los suministros y los materiales, reporte a personas o actividades sospechosas y evite discusiones de información confidencial de Brand en presencia de personas no autorizadas.





COMUNIDAD DE BRAND

La fuerza laboral de Brand refleja muchas culturas, etnicidades, idiomas y estilos de vida. Nos esforzamos por atraer, desarrollar y conservar una fuerza laboral que sea tan diversa como los mercados a los que servimos y para garantizar un ambiente de trabajo inclusivo que abrace la fortaleza de nuestra diversidad, y que esté libre de discriminación y en el que los empleados se traten el uno al otro con respeto.

I. Lineamientos sobre Prácticas Laborales Justas

Tomamos todas las decisiones laborales y otras decisiones de negocios sin discriminación por edad, etnicidad, ciudadanía, discapacidad, género, raza, religión, origen nacional, estado civil, orientación sexual, servicio militar, condición de veterano u otra característica protegida por ley. Prohibimos discriminación en los términos y condiciones laborales. Además, tomamos medidas afirmativas legítimas para incrementar las oportunidades de trabajo para mujeres, minorías, personas con discapacidad y veteranos.

II. Atmósfera de Trabajo Positiva

Prohibimos toda forma de acoso. Éste incluye cualquier comportamiento degradante, insultante, embarazoso o intimidante dirigido a cualquier empleado en relación con género, raza, etnicidad, orientación sexual, discapacidad física o mental, edad, religión, condición de veterano, origen nacional o cualquier otra condición legalmente protegida.

Además, los empleados de Brand no deben participar en asaltos, contacto físico hostil o intimidación, peleas, matonismo, amenazas verbales de daño físico o violencia, u otras acciones que sean de naturaleza amenazante, hostil o abusiva, mientras se encuentren laborando de Brand o trabajando para Brand.

Cualquiera que cometa o permita acoso puede ser objeto de medidas disciplinarias, incluyendo, entre otros, suspensión y despido.

III. Acoso Sexual

Estamos comprometidos con el principio de que ningún empleado, personero, directivo o cualquier persona afiliada a Brand debe ser objeto de acoso sexual. Tratamos de proporcionar un ambiente en el lugar de trabajo que promueva respeto e igualdad de oportunidades y que esté libre de prácticas discriminatorias ilegales, incluyendo el acoso sexual.

Prohibimos el acoso sexual o insinuaciones sexuales inapropiadas, solicitudes de favores sexuales y otra conducta verbal o física de naturaleza sexual, así como exhibiciones sexualmente ofensivas en el ambiente profesional o de cualquier otra manera o forma. Las represalias contra cualquier empleado que exprese una inquietud en relación con acoso sexual o presente una queja de acoso sexual están estrictamente prohibidas. Después de una investigación confidencial, se le pueden imponer medidas disciplinarias, incluyendo, entre otras,

suspensión y despido, a cualquier persona de la que se determine que ha acosado sexualmente o tomado represalias contra otra persona.

IV. Relaciones Inapropiadas

Las relaciones sexuales o románticas consensuales generan inquietudes sobre abuso de poder cuando involucren a un miembro de la administración y personas sobre las que tienen autoridad. Aunque no haya consecuencias negativas para los participantes como resultado, tales relaciones románticas pueden crear potencialmente un conflicto de intereses o exponer a los participantes a acusaciones de conducta injusta o preferencial de parte de compañeros de trabajo. Todos los empleados deben reconocer las posibles consecuencias negativas de relaciones sexuales o románticas en el lugar de trabajo. Tales relaciones deben ser cuidadosamente consideradas por los participantes y las inquietudes de otras partes sobre el comportamiento de los participantes, o el efecto que su relación pueda tener en el lugar de trabajo, deben ser reportadas a su representante de Recursos Humanos, donde no sea prohibido por ley o reglamento.

V. Privacidad en el Lugar de Trabajo

Respetamos los derechos de privacidad de los empleados, personeros y directivos. Los registros del personal, información personalmente identificable y otra información privada sobre nuestros empleados son conservados únicamente para propósitos de negocios, legales o contractuales, y solamente por el tiempo que sean exigidos por ley o regulación gubernamental, o sean útiles. El acceso a los registros de empleados está limitado a empleados autorizados de Brand que tengan un requerimiento de negocios legítimo y pertinente para obtener acceso a los registros. No se suministrará información personal de los empleados a nadie fuera de Brand sin la debida autorización.

Si bien tratamos de mantener la privacidad de los empleados, Brand se reserva el derecho de conformidad con la ley aplicable de monitorear el uso de los bienes de la compañía, incluyendo, entre otros, oficinas, escritorios,

casilleros, maletines, y vehículos, de conformidad con la ley aplicable. Además, las comunicaciones y los sistemas de cómputo de Brand, tal como redes de cómputo, archivos de datos, correo electrónico, uso de Internet y correo de voz, pueden ser monitoreados por la compañía o la compañía puede tener acceso a estos de conformidad con la ley aplicable, con el fin de garantizar la integridad de la tecnología, proteger contra fraude y abuso, detectar acceso o uso no autorizado, y para otros propósitos de negocios.

VI. Sindicatos y Representación Laboral

Donde exista representación colectiva, Brand trata de desarrollar una relación con esas organizaciones representativas que se base en los principios de buena fe y respeto mutuo.



AMBIENTE, SALUD Y SEGURIDAD (EH&S)

Es nuestra política establecer y administrar un lugar de trabajo seguro y saludable y manejar nuestro negocio minimizando el impacto en el ambiente. Brand cumplirá con los requerimientos regulatorios sobre salud y seguridad de los empleados y la protección del ambiente. Esperamos que cada empleado de Brand:

- Observe las regulaciones y las advertencias que se hagan.
- Reporte de inmediato a la administración competente sobre cualquier incidente o lesión que se sufra u ocurra en el trabajo o cualquier inquietud ambiental o sobre seguridad que usted tenga.
- Lea, comprenda y cumpla con nuestros manuales y políticas de EH&S, y con las Alertas y Boletines sobre Seguridad periódicos que se emitan de tiempo en tiempo.

I. Políticas y Programas de Seguridad

Estamos totalmente comprometidos con la protección del ambiente y preservar la seguridad, la salud y el bienestar de nuestros empleados, clientes, otros contratistas y el público. Nuestra cultura de atender e involucrar a todos los empleados en nuestros programas de EH&S inspirará un comportamiento seguro y una eliminación proactiva de los riesgos. Nuestra compañía está comprometida a:

- Hacer posible un excelente desempeño en materia de EH&S por parte de nuestros empleados, dándoles capacitación especializada, equipo adecuado y los procedimientos de primera línea en la industria.
- Darle autoridad a los empleados para garantizar que

Brand suministre productos y servicios seguros a nuestros clientes, y que participen en nuestros éxitos de EH&S, así como reforzar conductas y prácticas laborales seguras.

- Observar y auditar nuestros lugares de trabajo y el desempeño de nuestros trabajadores, incluyendo el refuerzo de conductas positivas e intervenir cuando se requiera para asegurar el logro de los objetivos e ideales de EH&S.
- Monitorear nuestro desempeño en EH&S, usando datos indicadores adelantados y desfasados, análisis de tendencias, aportes de empleados, retroalimentación del comité de salud y seguridad y las mejores prácticas de la industria.
- Comunicar los resultados de nuestro desempeño en EH&S, acciones correctivas y medidas preventivas a empleados, clientes y otros interesados.
- Mejorar nuestro Programa y procesos de EH&S continuamente con el fin de mantener un desempeño líder en la industria.

II. Alcohol y Drogas en el Lugar de Trabajo

El uso indebido o el abuso de alcohol y otras drogas representan una inquietud significativa para nuestros empleados y Brand en términos de pérdidas en productividad en el lugar de trabajo, accidentes, ausentismo, llegadas tardías y conflictos, así como costos humanos y para la salud de las personas, sus familias y la comunidad.

Estamos dedicados a suministrar un ambiente de trabajo seguro, libre de abuso de sustancias. Los empleados, personeros y directivos deben reportarse a trabajar en condición de cumplir sus obligaciones, sin influencia de drogas ilegales o no autorizadas o de alcohol. Se prohíbe el uso, la posesión, o la distribución de drogas ilegales o no autorizadas o de alcohol durante horas de trabajo, en las instalaciones de Brand o establecimientos de clientes. La administración de Brand reportará la actividad ilegal a las autoridades competentes. Los empleados, personeros y directivos deben también asegurarse que cualquier medicamento de receta médica que estén tomando no afecte ni les impida de manera alguna el cumplimiento de sus deberes.

Además, se le pueden solicitar a los empleados que se sometan a pruebas anunciadas, sin anunciar o al azar, de drogas y/o alcohol, cuando tales pruebas sean permitidas por las leyes locales. Si el uso de drogas ilícitas o ilegales o de alcohol fuese demostrado, Brand puede imponer medidas disciplinarias, que pueden incluir, entre otras, suspensión y despido.

III. Protección del Ambiente

Estamos comprometidos a tomar todas las medidas que correspondan para asegurar que todos los productos, servicios y actividades de transporte y disposición de desechos de Brand sean consistentes con las mejores prácticas de protección ambiental y las leyes locales que se aplican a la protección y la gestión del ambiente. Esto incluye la asignación de personal calificado para que maneje los programas de controles ambientales de Brand, cooperando con los grupos del gobierno y la industria, con el fin de desarrollar estándares apropiados, administrando nuestras instalaciones operativas para reducir o eliminar la emisión de contaminantes, informándole a los empleados y a los residentes de la comunidad sobre los asuntos de control ambiental relevantes, negociando únicamente con contratistas de disposición de desechos acreditados, y cumpliendo con todas las leyes y reglamentos aplicables. Se espera que los empleados, personeros y directivos cumplan con todas las leyes, reglas y reglamentos aplicables relativos a la protección del ambiente.

En algunas jurisdicciones, hay sanciones sustanciales que se aplican a actividades que dañen el ambiente. Éstas pueden ser aplicadas a Brand y a los empleados involucrados.



DIVULGACIÓN AL PÚBLICO

Con el fin de garantizar que toda divulgación de información de Brand, incluyendo, entre otros, información relativa a rendimiento financiero, contratos de naturaleza sustancial y otra información que es importante para los inversionistas, reguladores y el público en general, sea precisa y cumpla a cabalidad con las leyes y reglamentos aplicables, tales divulgaciones deben ser realizadas únicamente por medio de los canales específicamente establecidos. A menos que se encuentren específicamente autorizados para hacerlo, se les prohíbe a los empleados de Brand y/o a terceros a quienes se aplique este Código que discutan los asuntos de Brand con analistas de títulos valores, representantes de la prensa u otros medios de comunicación, funcionarios gubernamentales y otras personas externas.

I. Consultas de la Prensa, Contacto con los Medios y Relaciones con los Inversionistas

Hay voceros corporativos para responder a todas las consultas de los medios de comunicación y protegerse de la divulgación accidental de información confidencial o sensible. Los empleados deben dirigir siempre las consultas de los medios al Director Legal o al Gerente Financiero de Brand. Los empleados nunca deben discutir asuntos de Brand con los medios nacionales o locales, a menos que se encuentren específicamente autorizados para hacerlo.

II. Indagatorias e Investigaciones Gubernamentales

Es nuestra política que todos los empleados cooperen con todas las solicitudes legítimas de información de agencias

o autoridades investigadoras gubernamentales y cuasi-gubernamentales. Los empleados siempre deben tratar a tales funcionarios con honradez e integridad y reportar sin demora tales indagatorias o investigaciones al Director Legal de Brand.

Si usted no tiene certeza sobre su obligación de acatar una solicitud de información de una oficina gubernamental, puede pedirle orientación al **Director Legal** o al **departamento legal de Brand**.

DISPENSAS Y CONCLUSIÓN

DISPENSAS

Las dispensas de este Código no se otorgarán con ligereza. Las dispensas a personeros ejecutivos corporativos o Directivos pueden ser otorgadas únicamente por la Junta Directiva y serán reveladas sin demora según lo requerido por las reglas de la Comisión de Valores de los Estados Unidos, las de la bolsa de valores u otras reglas o reglamentos aplicables. Otros empleados pueden presentarle al Oficial de Cumplimiento solicitudes por escrito de dispensas al Código.

CONCLUSIÓN

Evaluar la línea de conducta apropiada en toda situación no es ni simple ni mecánico. Este Código no se dirige a cubrir toda circunstancia en la que pueda existir ambigüedad o surja alguna pregunta. Se anima a todo empleado, personero y directivo a abordar activamente tales situaciones, a ejercer su buen juicio, informarse a cabalidad y reportar sin demora cualquier sospecha de transgresión. Únicamente siguiendo los lineamientos en este Código podemos mantener y continuar haciendo que crezca nuestra reputación de integridad y conducta ética, la cual hemos adquirido gracias a nuestro esfuerzo.

**Brand Energy &
Infrastructure Services**

1325 Cobb International Dr., Ste A-1
Kennesaw, Georgia
USA 30152

T 678.285.1400
F 770.514.0285

www.beis.com