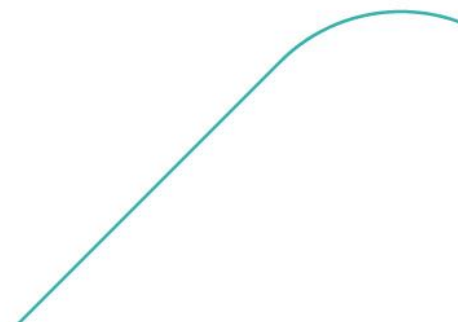


# **POLÍTICA DE PATROCINIOS**



La presente política fue aprobada por el siguiente Órgano de Administración:

FECHA RESOLUCIÓN	EMPRESA	AUTORIZADO POR	No. RESOLUCIÓN	ACTA	PUNTO RESOLUTIVO
17 de diciembre 2025	Banco de los Trabajadores	Junta Directiva	184/2025	92/2025	Séptimo, numeral 2º
17 de diciembre 2025	Financiera de los Trabajadores, S. A.	Consejo de Administración	61/2025	12/2025	Duodécimo, numeral 2º
18 de diciembre 2025	Aseguradora de los Trabajadores, S. A.	Consejo de Administración	87/2025	31/2025	Sexto, numeral 2º
22 de enero 2026	Casa de Bolsa de los Trabajadores, S.A.	Consejo de Administración	4/2026	2/2026	Tercero, numeral 2º

## INDICE

1.	Objetivo .....	4
2.	Alcance.....	4
3.	Fundamentos.....	4
4.	Documentos relacionados .....	4
5.	Definiciones .....	5
6.	Lineamientos generales .....	6
6.1	Solicitud de patrocinios .....	6
6.2	Evaluación de patrocinios .....	8
6.3	Aprobación de patrocinios .....	9
6.4	Formalización de patrocinios .....	10
7.	Cumplimiento .....	11
8.	Disposiciones Complementarias.....	11
9.	Anexo I.....	12
10.	Anexo II.....	13

## POLÍTICA DE PATROCINIOS

### 1. Objetivo

Establecer los lineamientos necesarios para el proceso de solicitud, evaluación y autorización de los patrocinios que otorguen las empresas del Grupo Financiero de los Trabajadores, siendo estas: Banco de los Trabajadores, Financiera de la Trabajadores, S.A., Aseguradora de los Trabajadores, S.A. y Casa de Bolsa de los Trabajadores, S.A. (en adelante referido como Grupo Financiero o empresas del Grupo Financiero), para garantizar que dichas actividades sean transparentes y coherentes con los lineamientos, estrategia y valores institucionales establecidos en los documentos internos Código de Ética y Conducta, Política de Gestión de Conflicto de Interés y Política Anticorrupción, para mitigar o reducir los riesgos que puedan surgir de estas actividades.

### 2. Alcance

El contenido de esta política es de aplicación y observancia obligatoria para los miembros de la Junta Directiva y/o Consejo de Administración del Grupo Financiero de los Trabajadores, los funcionarios superiores, todos los trabajadores de las empresas del Grupo Financiero, los trabajadores contratados por las empresas de outsourcing de personal y las personas contratadas para prestar servicios profesionales o servicios técnicos a las empresas del Grupo Financiero, los beneficiarios del patrocinio(s) económico y/o en especie; por lo que deberán atender las estipulaciones y lineamientos contenidos en esta política.

### 3. Fundamentos

Esta política se fundamenta en:

- 3.1. Ley Orgánica del Banco de los Trabajadores (Decreto Ley 383);
- 3.2. Ley de Bancos y Grupos Financieros (Decreto 19-2002)
- 3.3. Ley de Sociedades Financieras Privadas (Decreto Ley 208);
- 3.4. Ley de la Actividad Aseguradora (Decreto 25-2010);
- 3.5. Ley del Mercado de Valores y Mercancías (Decreto 34-96)
- 3.6. Ley de Actualización Tributaria (Decreto 10-2012)
- 3.7. Ley del Impuesto al Valor Agregado (Decreto 27-92)
- 3.8. Código de Comercio (Decreto 2-70)
- 3.9. Código Civil (Decreto Ley 106);
- 3.10. Reglamento de la Ley del Impuesto al Valor Agregado (Acuerdo Gubernativo 5-2013)
- 3.11. Reglamento del Libro I de la Ley de Actualización Tributaria (Decreto 10-2012), Acuerdo Gubernativo 213-2013
- 3.12. El Reglamento de Gobierno Corporativo (Resolución JM-62-2016 y sus modificaciones);
- 3.13. El Reglamento de Gobierno Corporativo para Aseguradoras y Reaseguradoras (Resolución JM-3-2018); y,
- 3.14. Otras leyes y disposiciones financieras vigentes que resulten aplicables.

### 4. Documentos relacionados

- 4.1. Código de Ética y Conducta
- 4.2. Reglamento para Compra y Contratación de Bienes y Servicios
- 4.3. Manual de Prevención del Lavado de Dinero y para Prevenir y Reprimir el Financiamiento del Terrorismo.
- 4.4. Manual de Régimen Disciplinario
- 4.5. Manual Operativo Funciones de la Dirección Jurídica y/o los Manuales, Lineamientos, Procedimientos que correspondan
- 4.6. Política de Gestión de Conflicto de Interés
- 4.7. Política Anticorrupción
- 4.8. Procedimiento para Patrocinios

## 5. Definiciones

### 5.1. Áreas de Control:

Son las áreas responsables de revisar y velar que las operaciones se realicen de conformidad con la regulación aplicable; realizan el monitoreo de riesgos, definen las políticas y procedimientos internos y verifican la implementación de estos, proporcionando formación y asesoría a las demás áreas del Grupo Financiero. Para efectos de esta Política se consideran áreas de control las siguientes:

- a. Dirección División de Auditoría
- b. Gerencia de Cumplimiento Antilavado
- c. Gerencia Unidad Administrativa de Cumplimiento
- d. Dirección División de Riesgos
- e. Dirección de Seguridad de la Información
- f. Gerencia de Gobierno Corporativo.

### 5.2. Contrato

Documento que realiza un profesional del Derecho y/o especialista en el ramo legal, el cual tiene por objeto dar a conocer a las distintas áreas del Banco, las consideraciones legales más relevantes de nuevas leyes o normativa interna, o de cambios en las mismas.

### 5.3. Contrato de adhesión:

Es el contrato cuyas condiciones son establecidas unilateralmente por el proveedor, sin que el consumidor o usuario pueda discutir o modificar su contenido al momento de la contratación.

### 5.4. Debida diligencia:

Se entiende por Debida Diligencia a la correcta aplicación de las medidas que la Entidad adopte para identificar y conocer al cliente. Esta debida diligencia debe incluir medidas aplicables al inicio y durante la relación con el cliente y deberá ser realizada, sin excepción, para todos los clientes por parte de las áreas de Negocio con el apoyo de las áreas Operativas.

### 5.5. Patrocinio:

Se refiere al apoyo económico (patrocinio económico) o en especie (patrocinio en especie) por parte de una o varias de las empresas del Grupo Financiero hacia una o varias personas individuales o jurídicas, teniendo como contraprestación el despliegue de material publicitario de estas en actividades o eventos sociales, culturales, deportivos, artísticos, educativos, entretenimiento, entre otros.

#### 5.5.1. Patrocinio económico:

Se refiere a la aportación económico-financiero (cantidad de dinero) a cambio de publicidad en los diferentes medios y plataformas: redes sociales, comunicados de prensa, presencia de marca en vallas publicitarias, eventos organizados, entre otros.

#### 5.5.2. Patrocinio en especie:

Se refiere a los aportes en recursos físicos, técnicos o de servicios como libros, equipos, software, vestuario, alimentos, bebidas, asesorías, promocionales, entre otros, no en efectivo en cantidad dineraria, los cuales podrán ser entregados de forma total o parcial. A cambio de publicidad en los diferentes medios y plataformas: redes sociales, comunicados de prensa, presencia de marca en vallas publicitarias, eventos organizados, entre otros.

### 5.6. Riesgos de LD/FT:

Es la posibilidad de pérdida, daño u otra consecuencia adversa en que incurre la Entidad en caso, de ser utilizada directa o indirectamente para actividades de LD/FT, derivado de la naturaleza y el tamaño de su actividad comercial.

**5.7. Riesgo legal:**

Es la probabilidad de pérdidas o interferencias a un negocio derivadas principalmente de transacciones defectuosamente documentadas, reclamos o acciones legales, protección legal defectuosa de los derechos/activos de la empresa y/o desconocimiento normativo o cambios en la ley o su interpretación.

Incluye la incapacidad legal para ejercer los derechos que se suponía otorgan los documentos suscritos en relación con las operaciones realizadas y la posibilidad de ser sancionado, multado u obligado a pagar daños punitivos por inobservancia o incumplimiento de normativa aplicable o de acuerdos privados entre las partes

**5.8. Riesgo reputacional:**

La posibilidad de pérdida ocasionada por el deterioro de la imagen institucional ante sus grupos de interés, derivado de eventos que afectan negativamente la percepción pública. En el contexto bancario, este riesgo tiene particular relevancia dado que la confianza es el activo fundamental sobre el que se construyen las relaciones con clientes, inversionistas, reguladores y la sociedad en general.

**5.9. Colaborador/Trabajador:**

Se entiende por trabajador, al personal contratado por las empresas del Grupo Financiero, así como, al personal contratado por empresas de outsourcing asignado a dichas empresas. Se deja establecido que para efectos propios de este documento y comunicaciones internas se podrá sustituir la palabra Trabajador por Colaborador, atendiendo el pilar social y de desarrollo.

**6. Lineamientos generales**

**6.1 Solicitud de patrocinios**

6.1.1 Las empresas del Grupo Financiero podrán contribuir con la realización de actividades, obras o proyectos con impacto económico, social, ambiental, deportivo, cultural, educativo y de cualquier otro tipo, de manera local o internacional, que estén alineados a la estrategia, valores y proyección institucional, así también, en lo indicado en el Código de Ética y Conducta.

6.1.2 Cuando un área solicite o requiera un patrocinio, trasladará vía correo electrónico a la Coordinación de Administración de Mercadeo, la información detallada del posible patrocinado, a través del Formato Oficio para solicitud de Patrocinio y Carta de solicitud de patrocinio (Anexo 1 y 2) y los formularios que se establezcan dentro del Procedimiento para Patrocinios. La Coordinación de Administración de Mercadeo gestionará la solicitud, siempre y cuando el área solicitante cumpla con la información y el llenado correspondiente.

6.1.3 En caso la solicitud sea formulada a requerimiento de Junta Directiva y/o Consejo de Administración o Funcionarios Superiores, la Coordinación de Administración de Mercadeo al recibir la solicitud deberá cumplir con el análisis respectivo y evaluar que se apegue a la estrategia institucional de las empresas del Grupo Financiero, así también, se encargará de recabar la información indicada en la presente Política y su Procedimiento (cuando aplique), para ello contará con el apoyo de las áreas involucradas en la entrega y atención del patrocinio.

6.1.4 La Coordinación de Administración de Mercadeo al recibir la solicitud(es) de patrocinio(s) que trasladen las distintas áreas del Grupo Financiero, se encargará de la gestión, administración y seguimiento.

6.1.5 Los patrocinios que brinden las empresas del Grupo Financiero (económicos o en especie) deberán cumplir con lo establecido en la presente Política, el Procedimiento para Patrocinios y documentos relacionados para evitar incurrir en riesgo reputacional, riesgo legal, riesgo de LD/FT, entre otros. En ningún caso, éstos deben considerarse como regalos o beneficios para personas individuales y/o personas jurídicas.

6.1.6 No se podrán solicitar y/o gestionar patrocinios económicos y/o en especie para los siguientes casos:

- a. Partidos políticos, comités cívicos, movimientos, campañas o promociones políticas, sean estas personas individuales y/o jurídicas.
  - b. Movimientos que denigren, excluyan, discriminen u ofendan por motivos de raza, color, género, edad, religión, nacionalidad, etnia, discapacidad física, entre otros.
  - c. Propuestas que tengan efectos negativos al medio ambiente.
  - d. Propuestas de personas individuales o representantes legales, directivos, gerentes o beneficiarios finales de personas jurídicas, las cuales han sido señaladas por corrupción o acusadas o condenadas por delitos de lavado de activos y financiamiento al terrorismo, fraude, falsedad, robo, hurto, estafa, quiebra o insolvencia fraudulenta, cohecho, prevaricato, malversación, defraudación tributaria, quien esté privado, por sentencia firme, del ejercicio de sus derechos civiles, delitos contra la vida, contra la libertad personal, relacionados con crimen organizado, contra la salud y seguridad pública y cualquier otro que atente contra el honor y ética profesional.
  - e. Propuestas que proporcionen algún beneficio o ganancia individual entre las partes fuera del ámbito o alcance del patrocinio que fue solicitado, o susceptibles de encuadrarse en actos de corrupción o soborno.
  - f. Patrocinios a un evento otorgado a la misma persona individual y/o jurídica que se fraccione durante el período de un año o durante el tiempo que dure el patrocinio, y que tenga por intención evitar la instancia de aprobación que corresponda.
  - g. Proveedores o contratistas que presten servicios a las empresas de Grupo Financiero.
  - h. Solicitudes de patrocinios de grupos de interés que tengan relaciones comerciales con las empresas del Grupo Financiero, que puedan generar un conflicto de interés.
  - i. Personas jurídicas con menos de un año de haber sido constituidas o menos de un año demostrable de operación.
  - j. A personas individuales y/o jurídicas que, según el Tribunal Supremo Electoral, hayan financiado organizaciones políticas o campaña electoral en el proceso electoral inmediato anterior al período presidencial o legislatura en curso.
  - k. Personas que conforme la normativa vigente no puedan ser objeto de patrocinio por parte de las empresas del Grupo Financiero.
- 6.1.7 Cuando se identifiquen uno o varios de los casos descritos anteriormente, y el área solicitante decida continuar con la gestión del patrocinio, deberá presentar una justificación por escrito para que dicha solicitud pueda ser analizada si procede como una excepción. Esta justificación deberá contar con la aprobación correspondiente según la tabla de aprobaciones descrita en este documento y, dependiendo del nivel de impacto, será necesario elevarla a la instancia superior correspondiente para dar continuidad al proceso.
- 6.1.8 La Coordinación de Administración de Mercadeo, posterior a la validación de los incisos anteriores, solicitará al posible beneficiario los requisitos establecidos en el Procedimiento para Patrocinios.
- 6.1.9 Todas las empresas del Grupo Financiero deberán adoptar las medidas necesarias para obtener, actualizar y verificar la identidad del solicitante conforme a los requisitos de patrocinios para persona individual y/o jurídica, incluidos en el Procedimiento para Patrocinios y de ser necesario aplicar procedimientos de debida diligencia con la finalidad de cumplir con el conocimiento del cliente como lo

indica el Manual de Prevención del Lavado de Dinero y para Prevenir y Reprimir el Financiamiento del Terrorismo.

- 6.1.10 En caso de que la Coordinación de Administración de Mercadeo identifique la falta de documentación o información necesaria para dar continuidad al requerimiento, no se podrá continuar con su aprobación, hasta que el expediente esté completo conforme a las normativa interna y externa aplicable.

## 6.2 Evaluación de patrocinios

- 6.2.1 Como parte de la evaluación la Coordinación de Administración de Mercadeo requerirá apoyo para la elaboración de dictamen(es) según el monto del patrocinio a las áreas detalladas a continuación. Las solicitudes de dictamen de viabilidad, así como cualquier opinión técnica requerida para evaluar el patrocinio a otorgar, deberán ser gestionadas y presentadas de forma previa a la aprobación y otorgamiento de la misma.

No.	Dictamen	Menor o igual a Q100,000	Igual o Mayor a Q100,000	Igual o Mayor a Q200,000	Igual o Mayor a Q500,000
1	Riesgo de LD/FT	Coordinación de Debida Diligencia			
2	Riesgo de Reputación	Gerencia de Reputación Corporativa			
3	Viabilidad fiscal y contable	Gerencia de Estrategia y Cumplimiento Fiscal			
4	Riesgos de Fraude	Gerencia de Operaciones			
5	Presupuesto	N/A	N/A	Gerencia de Presupuestos	
6	Normativa	N/A	N/A	N/A	Gerencia Legal y Regulatorio
7	Rentabilidad y reciprocidad	N/A	N/A	N/A	Gerencia de Rentabilidad Financiera
8	Riesgo Operacional	N/A	N/A	N/A	Gerencia de Riesgos No Financiero

- 6.2.2. Todos los patrocinios deberán contar con los dictámenes y validaciones requeridos por cada área, según lo establecido en la tabla anterior. Por lo tanto, no podrán ser aprobadas aquellas solicitudes que no cumplan con los dictámenes correspondientes, o bien estos sean resueltos como no viables. En todo caso se deberá solicitar la aprobación por excepción.

- 6.2.3. La Coordinación de Administración de Mercadeo requerirá, para los casos en que el posible patrocinado tenga referencias de Persona Expuesta Políticamente o Contratista o Proveedor del Estado, al área que solicita el patrocinio completar los siguientes formularios:

- a. Autorización para Inicio de Relaciones Persona Expuesta Políticamente
- b. Autorización para Inicio o Continuidad de Relaciones con Contratistas o Proveedores del Estado.

- 6.2.4. Si el posible patrocinado posee productos con las empresas del Grupo Financiero, aplicarán los formularios indicados con anterioridad, que están actualizados como máximo 1 año de vigencia. Caso contrario, la Coordinación de Administración de Mercadeo gestionará el o los formularios con el área que solicita el patrocinio.

6.2.5. Las empresas del Grupo Financiero, previo a la solicitud de autorización del patrocinio o durante el desarrollo de éste, a solicitud del área solicitante, podrán celebrar convenios de cooperación o cartas de entendimiento, para una mejor comprensión de los alcances de la colaboración a otorgar. Asimismo, podrán requerirse recíproca o unilateralmente, la firma de Acuerdos de Confidencialidad, los cuales serán a solicitud del área solicitante. No obstante, la firma de estos no conllevará obligación alguna para las empresas del Grupo Financiero de otorgar el patrocinio respectivo.

### 6.3 Aprobación de patrocinios

6.3.1 Todos los patrocinios (económicos y en especie) que se soliciten a las empresas del Grupo Financiero deberán canalizarse por medio de la Coordinación de Administración de Mercadeo, quien gestionará su aprobación, según la tabla siguiente:

Monto	Responsable de aprobar
Hasta Q50,000.00	Revisado por Coordinación Administrativa + Autorizado por Gerencia de Mercadeo y Planificación
De Q50,000.01 a Q499,999.99	Revisado Por la Gerencia de Mercadeo y Planificación + Autorizado Dirección de Mercadeo y Comunicación
Q500,000.00 a Q700,000.00	Revisado Por la Gerencia de Mercadeo y Planificación + Autorizado por la Dirección de Mercadeo y Comunicación + Con Vo.Bo., de Dirección División Comercial o quien haga sus veces en las demás empresas del Grupo Financiero
Q.700,000.01 en adelante	Junta Directiva o Consejo de Administración, según corresponda.
Excepciones	Todas las excepciones, además de los dictámenes respectivos, deberán contar con el visto bueno de la Gerencia General de la empresa del Grupo Financiero que esté otorgando el patrocinio y su aprobación se realizará de acuerdo con las áreas u órganos que corresponda según el numeral 6.1.7

6.3.2 Para los patrocinios en especie, en donde se requiera la compra de bienes para patrocinios; además de cumplir con la aprobación antes indicada, según corresponda, previamente será necesario proceder conforme el Reglamento de Compra y Contratación de Bienes y Servicios vigente.

6.3.3 Cuando se gestione un patrocinio económico a partir de los Q.700,000.01 en adelante, previo a solicitar la aprobación de Junta Directiva y/o Consejo de Administración, la Coordinación de Administración de Mercadeo deberá gestionar el visto bueno de la Comisión Gerencial de Compras.

6.3.4 La Coordinación de Administración de Mercadeo gestionará que el desembolso de pago sea aplicado en la cuenta que corresponde a "Patrocinios" posteriormente, trasladará al área de Pagos, quien deberá corroborar que el patrocinio cuente con la autorización correspondiente para realizar el pago; al no contar con la evidencia de autorización el área de Pagos podrá rechazar la solicitud.

6.3.5 Los impuestos ocasionados por el otorgamiento del patrocinio deberán ser cubiertos por el patrocinado, salvo excepciones que apruebe la instancia de autorización según el monto aplicable, a requerimiento del área que solicita el patrocinio. Lo anterior aplica también, para todos los permisos, licencias,

autorizaciones administrativas, municipales, gubernamentales, estatales, públicas, privadas o de cualquier índole, que sean necesarias para la realización de las actividades objeto del patrocinio.

- 6.3.6 La Coordinación de Administración de Mercadeo requerirá a las áreas que soliciten patrocinios, gestionar con el patrocinado la entrega de un informe de resultados, el cual deberá ser enviado en un plazo no mayor a quince (15) días hábiles de finalizado un patrocinio solicitado por estas. Por el incumplimiento de este informe, la Coordinación de Administración de Mercadeo con autorización de la Dirección de Mercadeo y Comunicación se reservará el apoyo a futuras solicitudes del área relacionada.
- 6.3.7 La Gerencia de Mercadeo y Planificación deberá presentar trimestralmente a Junta Directiva y/o Consejo de Administración, según corresponda, un reporte con el seguimiento y resultados de los patrocinios otorgados. En caso de no existir patrocinios nuevos o vigentes, se informará mediante oficio.
- 6.3.8 Las áreas de control tendrán acceso por medio de una carpeta compartida a los expedientes, al control de patrocinios vigentes o finalizados y a las evidencias donde se cumpla lo acordado en el contrato o convenio (cuando aplique); para esto, la Coordinación de Administración de Mercadeo será responsable de mantener actualizada la información.
- 6.3.9 Los patrocinios en especie, que las áreas soliciten para efectos de apoyo en la colocación de la marca, serán para entrega exclusiva a los beneficiarios de éstos. Las áreas solicitantes deberán documentar el uso adecuado de los artículos u objetos, asegurándose de que se utilicen para el propósito previamente establecido.
- 6.3.10 Dentro de los beneficios que podrán obtener las empresas del Grupo Financiero al momento de brindar un patrocinio, se encuentran:
- a. Derechos de uso de marca e imagen
  - b. Creación o adaptación de productos financieros
  - c. Exposición de marca e imagen
  - d. Presencia de marca
  - e. Transmisión en vivo en redes sociales de actividades relacionadas al patrocinio
  - f. Transmisión de conocimiento en ambas vías
  - g. cualquier otro medio de comunicación
  - h. Otros afines a los anteriores

#### **6.4 Formalización de patrocinios**

- 6.4.1 La formalización de contratos o convenios de patrocinios se llevará a cabo de acuerdo con lo establecido en los documentos internos: Funciones de la Dirección Jurídica y/o la Política y/o Procedimiento que hagan sus veces.
- 6.4.2 El patrocinio podrá quedar plasmado por medio de contrato o convenio cuando el monto supere los Q150,000.00, cuando se realicen dos pagos consecutivos y cuando el área solicitante lo requiera; con el fin de promocionar el nombre, la marca, productos, imagen, valor social o alguna actividad que la(s) empresa(s) del Grupo Financiero consideren oportunas y a consideración de lo que indique el área Jurídica.
- 6.4.3 El área de Formalización velará porque la formalización del contrato o convenio se realice conforme a las condiciones aprobadas por la instancia de autorización correspondiente y la legislación vigente.
- 6.4.4 En los casos donde el patrocinio (nacional o internacional) cumpla con el plan estratégico vigente de las empresas del Grupo Financiero, se podrá formalizar con un contrato de adhesión el cual deberá ser revisado por el área de Formalización en su aspecto legal.

6.4.5 Los contratos o convenios incluirán información referente al patrocinio, por lo que, deberán contener lo siguiente: objetivo, condiciones, beneficios para la empresa patrocinante y el patrocinado, compromisos, derechos y obligaciones de cada una de las partes, plazo, cláusulas que se consideren pertinentes, entre otras.

6.4.6 Cuando a su juicio así lo consideren conveniente las empresas del Grupo Financiero, podrán terminar de forma unilateral los patrocinios (cuando aplique), sin responsabilidad de su parte, sin expresión de causa y de manera unilateral, bastando la notificación de la terminación de este. Dicha facultad deberá quedar establecida en el contrato o documento de formalización correspondiente.

## 7. Cumplimiento

La falta de cumplimiento del presente documento por parte de colaboradores y/o funcionarios de las empresas que integran el Grupo Financiero; será motivo de sanción conforme a lo establecido en el Código de Ética y Conducta y el Manual de Régimen Disciplinario, según corresponda.

## 8. Disposiciones Complementarias

Con la aprobación del presente documento se deja sin vigencia los siguientes:

FECHA AUTORIZACIÓN	NOMBRE DEL DOCUMENTO	VERSIÓN	EMPRESA	AUTORIZADO POR	RESOLUCIÓN	ACTA	PUNTO
04/02/2021	Política de Patrocinios y Donaciones	V.03	Banco de los Trabajadores	Junta Directiva	19/2021	11/2021	4°
25/04/2021	Política de Patrocinios y Donaciones	V.03	Aseguradora de los Trabajadores, S.A.	Consejo de Administración	3/2021	2/2021	6°
18/02/2021	Política de Patrocinios y Donaciones	V.03	Financiera de los Trabajadores, S.A.	Consejo de Administración	5/2021	2/2021	9°
23/02/2021	Política de Patrocinios y Donaciones	V.03	Casa de Bolsa de los Trabajadores, S.A.	Consejo de Administración	1/2021	2/2021	3°

## 9. Anexo I

### Formato Oficio para solicitud de Patrocinio

**Dirigido a:** Coordinación de Administración de Mercadeo

Para gestionar adecuadamente las solicitudes de patrocinio, agradeceremos completar la siguiente información y adjuntar la documentación correspondiente:

1. Nombre de la persona individual y/o jurídica
2. Nombre de la actividad
3. Tipo de patrocinio
4. Nombre del responsable
5. Teléfono y correo electrónico del contacto
6. Justificación y objetivos de la participación de las empresas del Grupo Financiero (Indicar cuál es el pilar estratégico, apego al negocio, objetivo del patrocinio y el posicionamiento comercial para el Grupo Financiero)
7. Monto del patrocinio
8. Describir la reciprocidad que se tiene con el solicitante
9. Recursos solicitados (cuando aplique)
10. Otra información que se considere pertinente
11. Incluir detalle de documentos que se adjuntan

## 10. Anexo II

### Carta de solicitud de patrocinio



Estimad@,  
XXXXX  
Gerente de Mercadeo Tradicional

Presente:

Es un gusto y placer saludarle, como parte de nuestra estrategia XXX, a través del Pilar XXX, se ha forjado la Gerencia de XXXX, la cual tiene como objetivo, **XXXXXX**

Por medio de la presente, agradeceríamos de su apoyo con la gestión administrativa para la **gestión del patrocinio con NOMBRE DE LA ENTIDAD**, por un monto (incluyendo IVA) de **XXXX** del **FECHA DE LA PARTICIPACIÓN** al **XXXX**. Cabe señalar que, la alianza se encuentra alineada con nuestra estrategia institucional, mediante el Pilar XXX, debido a que busca fomentar el bienestar XXX de los guatemaltecos.

Entre los aspectos que deben considerarse se encuentra:

- a. **Objetivo del patrocinio:** XXXXX
- b. **Apego al negocio:** XXXX
- c. **Posicionamiento comercial:** XXXX

Agradezco de antemano la atención brindada a esta solicitud y quedo a su disposición para cualquier información adicional que se requiera.

Atentamente,

XXX  
**Gerente de XXXX**