
Código de
CONDUCTA DE NEGOCIO



Pernod Ricard
Créateurs de convivialité

TABLA DE CONTENIDO

Declaración Ejecutiva	03
Responsabilidad del Código y cumplimiento	05
Anti-soborno, regalos y atenciones	09
Leyes de Competencia	13
Anti-blanqueo de dinero	17
Uso de información privilegiada	21
Conflicto de intereses	25
Manteniendo los datos seguros	27
Uso de medios digitales y redes sociales incluyendo Pernod Ricard Chatter	29
Protegiendo nuestras marcas	33
Sanciones comerciales	35
Dirigiendo nuestro negocio con integridad	39

01



Declaración Ejecutiva

Hacer negocios con integridad ha sido siempre uno de los valores y compromisos centrales de Pernod Ricard.

Hacer negocios con integridad ha sido siempre uno de los valores y compromisos centrales de Pernod Ricard. Uno de los valores fundamentales en los que se sustenta nuestro modelo de negocio es actuar con un gran sentido de ética. Esto incluye respetar las leyes aplicables dentro de nuestros mercados, así como nuestras políticas internas. Esto es lo que se espera de todos los empleados de Pernod Ricard. El incumplimiento por parte de alguno de nosotros de tales leyes y políticas podría exponerte a ti y al Grupo a serias consecuencias jurídicas, y podría dañar seriamente nuestra reputación.

Cumplir con la ley y nuestras políticas es más que mantenerse libre de problemas y con una buena apariencia. Es además ser alguien que contribuye a las comunidades en las que desarrollamos nuestros negocios. Se trata de promover unos determinados estándares en nuestra conducta.


Se espera que todos los empleados de Pernod Ricard actúen éticamente.

También se trata de asegurarnos de que hacemos todo lo necesario para ganar y mantener la confianza de nuestros clientes, socios, accionistas y demás personas afectadas.

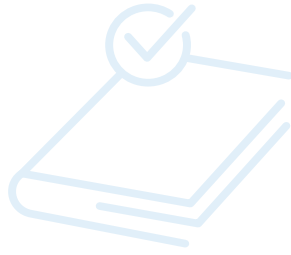
Esta confianza es parte de lo que constituye nuestra reputación y es uno de los factores clave de nuestro éxito. El propósito de este Código de Conducta de Negocio es establecer en un solo documento los principales estándares esperados de todos los empleados de Pernod Ricard en las siguientes diez áreas clave: anti-soborno, competencia, anti-blanqueo de dinero, uso de información privilegiada, conflicto de interés, protección de datos, uso de medios digitales y redes sociales, seguridad de marca, sanciones comerciales y dirigiendo nuestro negocio con integridad. Dichos estándares se exponen con mayor detalle en las políticas contenidas en este Código.

Esperamos que leas este Código y dichas políticas, y que lo consultes frecuentemente como guía. Es posible que te encuentres con situaciones que no se tratan en el Código o en nuestras políticas.

En estos casos, no dudes en buscar asesoría de tu Departamento Jurídico, Gerente en Línea o en el Departamento de Recursos Humanos.



Al seguir los principios establecidos en este Código y en las políticas del Grupo estás ayudando a que Pernod Ricard cumpla dichas leyes.



Responsabilidad del Código y su cumplimiento

Se espera que todos estén familiarizados con este Código.

¿A quiénes se aplica este Código?

Este Código hace referencia a múltiples políticas y procedimientos dentro del Grupo. Este Código y las políticas a las que se refiere se aplican a todos los empleados del Grupo con carácter adicional a cualquier política similar aplicable a cada filial. Se espera que todos estemos familiarizados con este Código y con cualquier política específica aplicable a tus funciones dentro de Pernod Ricard.


Al ser un grupo global, Pernod Ricard está sujeto a muchas leyes, algunas de las cuales se aplican a conductas en más de un país. Al seguir los principios establecidos en este Código y en las políticas del Grupo estás ayudando a que Pernod Ricard cumpla dichas leyes.

¿Qué pasa si tengo dudas sobre si el Código o una política es aplicable?

Es imposible que este Código contemple toda situación que en tu trabajo diario pueda causar un problema ético o jurídico. Si tienes alguna duda y no puedes encontrar la respuesta en este Código o si tienes alguna otra pregunta sobre el modo en que el Código o alguna de las políticas aquí mencionadas deben ser aplicadas, busca ayuda y orientación.

Hay algunas personas a las que puedes dirigirte:

- El Abogado interno local, el Director Jurídico Regional o el Abogado General del Grupo.
- Gerente en Línea o el Departamento de Recursos Humanos.



*Todos somos responsables
del cumplimiento de este Código
y de las políticas referidas en él.*

¿Con quién hablo si sospecho que alguien actúa de forma inapropiada?

Si tienes, de buena fe, la preocupación de que la conducta de un empleado o de un tercero puede violar este Código o cualquiera de las políticas del Grupo, te animamos a contarlo.

La identidad de la persona con quien hables dependerá de las circunstancias. En ciertos casos alguien específico deberá ser notificado de acuerdo con lo previsto en este Código. Si no es el caso, deberás considerar notificárselo a tu Gerente en Línea, a tu Departamento de Recursos Humanos o a alguien del Departamento Jurídico.

Como alternativa a este proceso de reporte interno, Pernod Ricard ha implementado una línea ética de alertas a cargo de una empresa independiente (NAVEX Global): "Speak Up". Esta línea está disponible en varios idiomas 24 horas al día 7 días de la semana a través de MyPortal. Su objetivo es permitir a los empleados de Pernod Ricard y personal temporal informar situaciones graves o delicadas de las que tengan conocimiento personal de los hechos, además de asegurar que estos hechos reportados son tratados de manera apropiada y confidencial.

Pernod Ricard tiene el compromiso de proteger a los empleados que efectúan denuncias de buena fe. Dichas denuncias serán tratadas confidencialmente. No toleraremos ningún tipo de represalia o discriminación contra el empleado que denuncie una conducta que crea que viola este Código, una política del Grupo o la Ley.

¿Quién es responsable de este código?

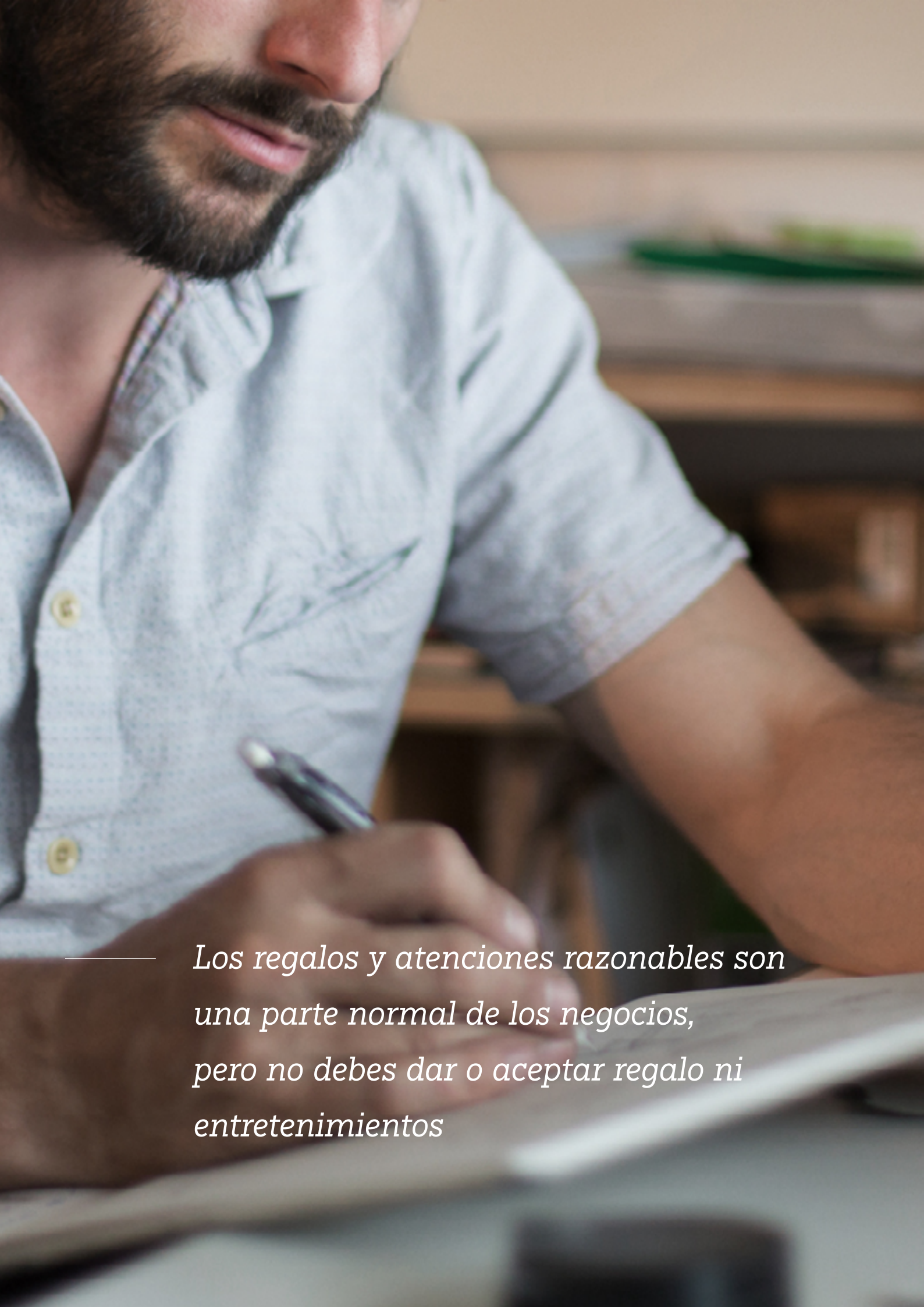
Todos somos responsables del cumplimiento de este Código y de las políticas referidas en él.

El Departamento Jurídico es el responsable de la implementación de este Código y también orientará a cualquier empleado que tenga dudas acerca del mismo.

El Abogado General del Grupo es responsable de mantener este Código y de proponer al Consejo Ejecutivo (Executive Bureau) modificaciones al Código que puedan ser necesarias como resultado de cambios en la Ley o, de ser necesario, para la protección de los intereses de Pernod Ricard. En caso de que sea necesario o aconsejable que alguna cuestión de cumplimiento se resuelva a nivel del Grupo, el asunto deberá referirse al Abogado General del Grupo. Según resulte necesario, el Abogado General del Grupo convocará al Comité Ejecutivo para la resolución del asunto.

PARA MÁS INFORMACIÓN

- Puedes consultar la **Política de Canal de Denuncias de Pernod Ricard** aquí.



Los regalos y atenciones razonables son una parte normal de los negocios, pero no debes dar o aceptar regalo ni entretenimientos



Anti-soborno, regalos y atenciones

Un soborno es dinero o cualquier otra cosa de valor dado a una persona con la intención de influenciarla para actuar inapropiadamente.

Un soborno es dinero o cualquier otra cosa de valor dado a una persona con la intención de influenciarla para actuar inapropiadamente. Un soborno puede adoptar muchas formas incluyendo efectivo, regalos, entretenimiento, donaciones y favores. Dar o recibir sobornos es ilegal en los países en los que hacemos negocios. También está prohibido por este Código. Estas reglas aplican también a nuestros competidores.

Tomamos muy seriamente el cumplimiento de las leyes anti-corrupción y tenemos tolerancia cero hacia la corrupción, incluyendo dar o recibir sobornos, ya sea por parte de uno de nuestros empleados o por parte de un tercero que actúe en nuestro nombre.

Es importante entender que proporcionar regalos y atenciones se considera como soborno cuando fomenta una conducta incorrecta o se da a cambio de cualquier tipo de beneficio financiero o de negocios.

Los regalos y atenciones razonables son una parte normal de los negocios, pero no debes dar o aceptar regalos ni entretenimientos inadecuados, además debes asegurarte de que cualquier regalo u atención es aceptable conforme a la política de regalos y atenciones de tu región o compañía. El trato con funcionarios públicos requiere precauciones especiales. Los empleados involucrados en actividades de lobby para Pernod Ricard deben seguir las Reglas para el Lobby de Pernod Ricard. En todo caso, nunca debes ofrecer algo de valor a un funcionario público con la intención de obtener un trato favorable, influenciar en el resultado de una auditoría u otro procedimiento administrativo, ni para influenciar la aprobación de alguna ley o regulación.

Además, debes ser muy cauteloso frente a cualquier petición por parte de algún cliente o funcionario público para que efectuemos donativos políticos o caritativos, ya que se podría considerar como soborno. Dar regalos o entretenimientos de poco valor puede ser aceptado bajo ciertas circunstancias. Debes consultar la política de regalos y atención de tu compañía o región para tener más información.

En algunos casos, usamos servicios de proveedores externos para actuar en nuestro nombre. Necesitamos saber con quién estamos tratando antes de hacer negocios, porque podríamos ser responsables si estos proveedores pagan algún tipo de soborno actuando en nuestro nombre. La Política anti-soborno de Pernod Ricard contiene algunas revisiones de “diligencia debida” que deberán ser efectuadas en relación con terceros que pudieran suponer un riesgo de soborno para nosotros. Generalmente, un tercero podría suponer un riesgo para nosotros cuando puede conseguir un negocio para nosotros o si interactúa con funcionarios públicos en nuestro nombre. Ejemplos de dichos terceros, son agentes de aduanas, compañías de logística y organizadores de eventos.

El incumplimiento por parte de un empleado de la Política anti-soborno de Pernod Ricard o cualquier otro procedimiento anti-soborno local, incluyendo los procedimientos de regalos y atenciones, puede resultar en responsabilidad civil o penal para el Grupo, la filial a la que corresponda dicho empleado, así como una acción disciplinaria para el empleado involucrado en la conducta, llegando hasta la terminación de su contrato laboral.

LO QUE TODO EMPLEADO DEBE SABER

- **Nunca aceptes u ofrezcas** un soborno de ninguna contraparte, ya sea del sector privado o público;
- **Nunca realices pagos** a un funcionario público para facilitar algún trámite;
- **Recuerda que los regalos y entretenimientos** pueden ser considerados sobornos bajo ciertas circunstancias;
- **Antes de dar o aceptar algún regalo o atención,** piensa si es adecuado conforme a las políticas vigentes de la compañía y si es necesaria su previa aprobación o reporte;
- **Recuerda que tratar con funcionarios públicos** es particularmente arriesgado por ello con carácter general se requiere la aprobación previa para cualquier regalo y atención;
- **Asegúrate de efectuar las revisiones necesarias** de los terceros que vayan a actuar en nuestro nombre antes de contratarlos y de igual manera pídeles que mantengan los mismos estándares en materia de sobornos y corrupción.

PARA MÁS INFORMACIÓN

- Puedes consultar **la Política anti-soborno de Pernod Ricard [aquí](#)**.
- Puedes consultar las **Reglas para el Lobby de Pernod Ricard [aquí](#)**.

Otras compañías del Grupo han adoptado sus propias versiones locales de la Política anti-soborno de Pernod Ricard, incluyendo los procedimientos locales para regalos y atenciones. Debes contactar al Director Jurídico de tu compañía o región para entender qué reglas sobre regalos u atenciones se te aplican, y ver que políticas y procedimientos se te aplican además de la Política anti-soborno de Pernod Ricard.

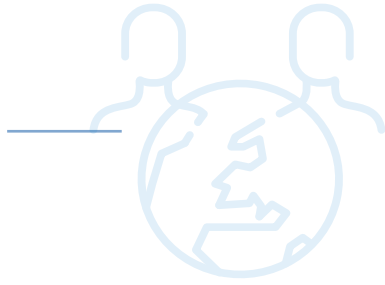
Si tienes dudas acerca de la Política anti-soborno de Pernod Ricard o de tus políticas locales anti-soborno, o de regalos u atención, o si necesitas orientación, habla con tu Director Jurídico local o regional.

Si sospechas de una violación de la Política anti-soborno de Pernod Ricard, o de tus políticas locales anti-soborno, o de regalos u atenciones, deberás contactar a tu Director Jurídico local o regional, o utilizar “Speak Up”, accesible a través de MyPortal.





Debemos mantener nuestra posición de liderazgo a través de una competencia justa en el mercado.



Ley de Competencia

Las leyes de competencia son complejas y difieren de un país a otro.

La Ley de competencia (también llamada Ley antitrust) busca proteger la competencia justa y la innovación al prohibir prácticas como la repartición de mercados, fijación de precios y el abuso de una posición dominante en el mercado para crear una desventaja anticompetitiva para consumidores y competidores. Debemos mantener nuestra posición de liderazgo a través de una competencia justa en el mercado. Estas reglas se aplican también a nuestros competidores. Las leyes de competencia son complejas y difieren de un país a otro, sin embargo, algunos principios claves son comunes en todas las jurisdicciones.

Estas leyes prohíben ciertas conductas, incluyendo:

- **Acuerdos con competidores para coordinar prácticas de negocios**, como la fijación de precios o la repartición de clientes o mercados;
- **Interferir en la estrategia comercial de distribuidores y/o clientes**, incluyendo la fijación de precios a los cuales ellos revendan nuestros productos o sobre donde pueden revenderlos; e
- **Intercambio de información sensible entre competidores**, directamente o a través de terceros, como clientes y/o proveedores.

Las infracciones de la Ley de competencia pueden resultar en multas muy cuantiosas. Por ejemplo, violar las leyes de competencia europeas puede resultar en una multa de hasta el 10% del valor total de las ventas del grupo. Los empleados de Pernod Ricard involucrados en la violación de la Ley de competencia podrían ser objeto de sanciones penales y enfrentarse a acciones disciplinarias, incluyendo la terminación de sus contratos.

Más abajo se enumeran algunas de las reglas principales que esperamos que todos los empleados conozcan. Todo empleado debe consultar la Política de cumplimiento de las leyes de competencia de Pernod Ricard y tener conocimiento de cualquier ley que se aplique en nuestros mercados locales. Las leyes de competencia son complejas así que contacta a tu Departamento Jurídico local o regional para aclarar cualquier duda o pregunta.

LO QUE TODO EMPLEADO DEBE SABER

- **No llegues a acuerdos con nuestros competidores** para fijar precios o cualquier otro término de venta;
- **No llegues a acuerdos para la división de mercados**, territorios o clientes con nuestros competidores;
- **No intercambies información comercial sensible** con nuestros competidores;
- **Ten especial cuidado de no discutir temas comerciales sensibles** en las juntas de las asociaciones comerciales;
- **Asegúrate de que cualquier información recibida** acerca de nuestros competidores provenga de fuentes públicas o que haya sido obtenida legítimamente;
- **No acuerdes los precios de reventa de los productos** o algún otro término de reventa. Los precios de reventa sugeridos o recomendados son válidos siempre y cuando sean genuinamente recomendaciones;
- **No hagas referencias acerca de Pernod Ricard como “dominante”** en cualquier mercado en particular. Este es un asunto que requiere un análisis jurídico/económico complejo;
- **Evita hacer comentarios** como “matando a la competencia” ya que podrían ser malinterpretados;
- **Cualquier acuerdo que incluya restricciones territoriales** o cláusulas de “no competencia” en cualquier acuerdo a largo plazo ha de ser revisado por el Departamento Jurídico. Tales acuerdos podrían ser aceptados en ciertas circunstancias, pero requieren de análisis jurídico;
- **Ciertas autoridades de competencia nacionales** promueven programas de clemencia a través de los cuales garantizan un trato favorable a compañías que denuncien prácticas anti-competitivas y en particular cárteles, siempre que cooperen en procedimientos iniciados contra otras compañías implicadas;
- **Si alguna vez dudas si tu conducta podrá ser anti-competitiva**, consulta a tu Departamento Jurídico local o de nuestra matriz.

PARA MÁS INFORMACIÓN

- Puedes acceder a la **Política de cumplimiento de las leyes de competencia** de Pernod Ricard.

Si tienes dudas acerca de la Política de cumplimiento de las leyes de competencia, o si necesitas orientación, habla con tu Director Jurídico local o regional. Si sospechas que ha habido una violación de la Política de cumplimiento de las leyes de competencia de Pernod Ricard, deberás contactar a tu Director Jurídico local o regional, o utilizar “Speak Up”, accesible a través de MyPortal..


Si sospechas que ha habido una violación de la Política de cumplimiento de las leyes de competencia de Pernod Ricard, deberás contactar a tu Director Jurídico local o regional.

MIESON

JAMESON

JJ'S

30-0585-48



Debemos hacer todo lo posible para evitar que Pernod Ricard sea usado como un medio para realizar blanqueo de dinero.



Anti-blanqueo de dinero

El blanqueo de dinero es el proceso de ocultar la fuente de dinero generado ilícitamente como por ejemplo a través de narcotráfico o terrorismo.

Debemos hacer todo lo posible para evitar que Pernod Ricard sea empleada como un medio para realizar blanqueo de dinero.

El blanqueo de dinero es el proceso de ocultar la fuente de dinero generado ilícitamente como por ejemplo a través de narcotráfico o terrorismo, al canalizarlo a través de operaciones lícitas.

El blanqueo de dinero a menudo involucra el uso de efectivo o equivalentes, como órdenes de pago o cheques, para pagar productos y/o servicios. Es política de Pernod Ricard evitar pagos en efectivo o equivalentes. Cuando se acepte el pago a cambio de bienes, hay que evitar aceptar efectivo, cheques de cajero, cheques de viaje, órdenes de pago, o pagos de terceros no relacionados, a menos que hayas obtenido aprobación previa por parte del Departamento de Finanzas y/o del Departamento Jurídico.

Nos debemos asegurar de saber con quién estamos tratando antes de entablar una relación comercial para evitar ser usados para blanquear dinero.

También debemos estar atentos a cambios sospechosos durante la vigencia de las relaciones comerciales con nuestros clientes por si estos cambios hubieran sido

diseñados para intentar usar a Pernod Ricard con el fin de blanquear dinero.

Los empleados de Pernod Ricard encargados de crear y administrar las relaciones comerciales con clientes deben conocer los procedimientos “Conoce a tus clientes” (KYC por sus siglas en inglés) descritos en la Política anti-blanqueo de dinero de Pernod Ricard.

Dichos procedimientos están diseñados para determinar quiénes son realmente nuestros clientes y en qué consisten sus operaciones. La información del cliente debe mantenerse actualizada, así que es necesario asegurarse de solicitar actualizaciones cuando cambie la situación del cliente y, en cualquier caso, debes actualizar la información del cliente al menos cada dos años.

De igual manera, debemos estar pendientes de actividades o comportamientos sospechosos que pudieran indicar que un cliente está tratando de usarnos para realizar blanqueo de dinero. Algunos ejemplos de este comportamiento son: que se nos pida aceptar grandes pagos en efectivo a cambio de productos, el pago de bienes por medio de múltiples transferencias provenientes de múltiples cuentas o la negativa a dar información actualizada de su cuenta bancaria.

LO QUE TODO EMPLEADO DEBE SABER

- **Cuando se acepte el pago a cambio de bienes**, hay que evitar aceptar efectivo, cheques de cajero, cheques de viaje, órdenes de pago o pagos de terceros no relacionados, a menos que lo haya aprobado tu Departamento local y/o regional de Finanzas y Jurídico.
- **Sigue los procedimientos del KYC** establecidos en la Política anti-blanqueo de dinero de Pernod Ricard antes de hacer negocios con un nuevo cliente;
- **Asegúrate de mantener la información de la cliente actualizada.** Como mínimo pide una actualización de información una vez cada dos años;
- **Monitoriza las cuentas de tus clientes** y notifica a tu Departamento local de Finanzas y/o Jurídico si observas alguna actividad sospechosa por parte de nuestros clientes o si recibes solicitudes de pago sospechosas;
- **Asegúrate de seguir las obligaciones** de reportes sobre moneda local.

PARA MÀS INFORMACIÓN

- Puedes consultar la **Política anti-blanqueo de dinero de Pernod Ricard [aquí](#)**.

Si tienes dudas acerca de la Política anti-blanqueo de dinero, o si necesitas orientación, habla con tu Gerente en Línea o con tu Departamento local o regional de Finanzas y/o Jurídico.





Negociar con los títulos de Pernod Ricard con base en información privilegiada es ilegal y podría resultar en penas criminales, incluyendo multas y prisión.



Uso de información privilegiada

Las acciones de Pernod Ricard cotizan en NYSE Euronext Paris. Negociar con los títulos de Pernod Ricard con base en información privilegiada es ilegal.

Las acciones de Pernod Ricard cotizan en NYSE Euronext Paris. Negociar con los títulos de Pernod Ricard con base en información privilegiada es ilegal y podría resultar en penas criminales, incluyendo multas y prisión.

La información privilegiada es toda información precisa que no se haya hecho pública, que se relaciona directa o indirectamente con una empresa, y que podría tener un efecto significativo en la cotización bursátil de dicha empresa si se hiciera pública.

La información privilegiada puede abarcar varios tipos de información, como, por ejemplo:

- **Resultados financieros;** o
- **Adquisiciones o disposición** de otras compañías o activos importantes; o
- **Retiradas importantes de productos** o cualquier catástrofe significativa que afecte a la producción, el suministro a los mercados; o
- **Pleitos importantes.**

Si tienes información privilegiada de Pernod Ricard, te debes abstener de comprar o vender acciones de Pernod Ricard o las acciones de otra compañía de la cual tú poseas información privilegiada.

Además, no debes comprar o vender acciones de Pernod Ricard o aconsejar a otra persona que lo haga durante los periodos de cierre anunciados por Pernod Ricard S.A. aplicables a tu persona (ejemplo: antes de la publicación de resultados financieros o periodos de cierre impuestos durante una importante transacción confidencial de la que tú estés enterado).

LO QUE TODO EMPLEADO DEBE SABER

- **La información privilegiada** es toda información precisa que no se haya hecho pública, que se relaciona directa o indirectamente con una empresa y que podría tener un efecto significativo en la cotización bursátil de dicha empresa si se hiciera pública

- **Si tienes información privilegiada de Pernod Ricard, no debes:**
 - **Comprar o vender acciones** u otros instrumentos financieros de Pernod Ricard, o las acciones u otros instrumentos financieros de cualquier otra compañía a la que la información privilegiada se refiera.

 - **Cancelar o modificar** cualquier orden relativa a las acciones u otros instrumentos financieros de las mismas si la orden se ha realizado antes de que poseyeras la información privilegiada;

 - **Revelar información privilegiada** a otros fuera del curso ordinario de tu trabajo; y

 - Aconsejar a un tercero la compra o venta de títulos de Pernod Ricard, o aquellos de otras compañías a las que la información privilegiada se refiera;


- **No debes comprar o vender acciones de Pernod Ricard** o aconsejar a ninguna otra persona que lo haga durante los periodos de cierre de Pernod Ricard, S.A.

PARA MÀS INFORMACIÓN

- Puedes consultar nuestro **Código de Conducta para la Prevención del Mal Uso de Información Privilegiada aquí**.

Si tienes dudas acerca del Código de Conducta para la Prevención del Mal Uso de Información Privilegiada, debes contactar con el Comité de Deontología del Grupo, enviando tu solicitud a comethics@pernod-ricard.com.





Debemos evitar que nuestros intereses personales interfieran con nuestra capacidad para tomar decisiones de negocio imparciales en favor de los mejores intereses de Pernod Ricard.



Conflictos de Interés

Se espera de todos nosotros que actuemos en el mejor interés de Pernod Ricard.

Se espera de todos nosotros que actuemos en el mejor interés de Pernod Ricard. En general, un conflicto de interés surge cuando una actividad o relación personal interfiere con tu capacidad para actuar en el mejor interés de Pernod Ricard.

Debemos evitar que nuestros intereses personales interfieran con nuestra capacidad para tomar decisiones de negocio imparciales en favor de los mejores intereses de Pernod Ricard.

La pura apariencia de un conflicto de interés puede ser un problema tan grave como un conflicto real.

Las siguientes situaciones podrían crear o tener la apariencia de conflicto de interés:

- **Una de tus relaciones** cercanas trabaja con una compañía que hace negocios con Pernod Ricard, incluidos proveedores y clientes, y tú tienes la autoridad de hacer negocios con esa compañía como parte de tu trabajo;
- **Tener un segundo trabajo** y que ese trabajo interfiera con tu capacidad de desempeñar tu trabajo para Pernod Ricard;
- **Usar la información** o bienes de la compañía para tu beneficio o el de alguien más;
- **Recibir algún beneficio personal** o financiero de un proveedor, consumidor o competidor, ya sea actual o potencial.

Estos ejemplos tienen la intención de ayudarte a identificar lo que podría ser un conflicto de intereses, pero es imposible detallar toda situación que pudiera ser o aparentar ser un conflicto de interés.


En cualquier situación te deberás preguntar:

- **¿Pueden mis intereses interferir** con los de Pernod Ricard?
- **¿Podrían otros pensar** que mis intereses interfieren o podrían interferir con los de Pernod Ricard?
- **¿Alguna de mis relaciones** o yo mismo resultamos beneficiadas de esta situación u operación, , o podría parecer que este fuera el caso?
- **¿Podría esta situación** hacerme anteponer mis intereses a los de Pernod Ricard?

Si la respuesta a alguna de estas preguntas es afirmativa, deberás informar la situación a tu Gerente en Línea o a tu Departamento de Recursos Humanos. Podría resultar que algo que inicialmente aparenta ser un conflicto, no esté realmente dañando a Pernod Ricard o que el conflicto pueda ser resuelto al discutirlo abierta y transparentemente.

LO QUE TODO EMPLEADO DEBE SABER

- **Debes evitar que tus intereses interfieran** con tu capacidad de actuar en favor de los intereses de Pernod Ricard;
- **Si crees que te encuentras en una situación** que pudiera parecer a otros un conflicto de interés, debes hablar con tu Gerente en Línea o con tu Departamento de Recursos Humanos, o utilizar “Speak Up”, accesible a través de MyPortal.



Pernod Ricard está comprometido con mantener los datos personales de forma confidencial y segura, y en observar las leyes de protección de datos.



Manteniendo la seguridad de los datos

La información personal incluye datos de un individuo.

Como en cualquier negocio, nosotros tratamos datos personales de mucha gente, incluyendo empleados (potenciales, actuales y exempleados), clientes, proveedores y otras personas. Pernod Ricard está comprometido con mantener los datos personales de forma confidencial y segura, y en observar las leyes de protección de datos.

La información personal incluye datos de un individuo, como: fechas y lugares de nacimiento, números personales, direcciones personales, información de beneficios y compensaciones; registros de desempeño, números de identificaciones oficiales e información bancaria. Básicamente, si la información puede ser utilizada por sí sola o en combinación con otra para identificar directa o indirectamente, a un individuo, ésta es “dato de carácter personal.”

Los empleados encargados de recolectar, tratar, almacenar, usar o compartir datos de carácter personal, deben asegurarse de respetar las normas de protección de datos aplicables.

LO QUE TODO EMPLEADO DEBE SABER


- **Transparencia:** Es esencial recabar los datos de una manera lícita. Los datos de carácter personal no deberán ser recogidos sin que las personas o individuos estén debidamente informados y presten su consentimiento;

- **Equidad y proporcionalidad:** Los datos de carácter personal recogidos deben ser relevante para el objeto de su tratamiento y eventual uso;
- **Limitación de propósito:** Los datos de carácter personal objeto de tratamiento deben ser recogidos con un propósito indicado de antemano al sujeto titular de los datos. La información no deberá ser utilizada con otro propósito distinto del indicado;
- **Acceso, rectificación, cancelación y oposición de los datos de carácter personal:** El titular de los datos debe poder acceder a su información personal y tiene el derecho de pedir su eliminación en todo momento.
- **Seguridad y confidencialidad:** Asegúrate de tomar todas las medidas de seguridad y confidencialidad pertinentes al recolectar información personal.

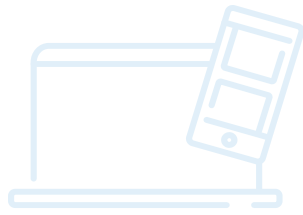
PARA MÁS INFORMACIÓN

- Puedes consultar la [Política de Privacidad Online de Pernod Ricard](#).

Si tienes alguna pregunta acerca del tratamiento de datos de carácter personal o si necesitas orientación, ponte en contacto con el Departamento Jurídico de tu Compañía o Región.



Como grupo hemos adoptado
“Pernod Ricard Chatter” en reconocimiento
del gran poder de las redes sociales para
mantenernos conectados y como herramienta
para “compartir una nueva idea cada día.”



Uso de medios digitales y redes sociales incluyendo “Pernod Ricard Chatter®”

Los medios digitales y redes sociales están jugando un papel en crecimiento y emocionante.

Los medios digitales y redes sociales están jugando un papel en crecimiento y emocionante al permitirnos promover nuestras marcas y al mantenernos conectados con compañeros, consumidores, clientes y otros interesados. Debido al uso personal de los medios digitales y sociales, podría ser difícil recordar que el uso de estos medios para promover y anunciar las marcas de Pernod Ricard, dentro y fuera del trabajo, puede implicar riesgos para el Grupo.

- **Todas las comunicaciones sociales y digitales** deberán respetar el Código de Comunicación Comercial de Pernod Ricard.
- **Asegúrate de poseer los derechos** o consentimientos correspondientes para el uso de marcas registradas, derechos de autor o imagen, incluyendo el uso del contenido generado en cualquier plataforma social o digital.
- **Informa a los usuarios de nuestras herramientas sociales** que solo deberán publicar material del que posean los derechos apropiados.
- **Asegúrate de que la información** que publiques en cualquier red social no sea confidencial o privilegiada.
- **No hagas declaraciones o comentarios denigrantes** o difamatorios acerca de alguien.

- **Si haces algún comentario** en algún medio social relacionado al alcohol o cualquier evento financiado u organizado por Pernod Ricard, debes dejar claro que eres un empleado de Pernod Ricard. Esto incluye todas las afirmaciones que hagas en cualquier otra cuenta personal de redes sociales.

- **Asegúrate de leer los términos de servicio** de cualquier sitio que utilices para promover las marcas de Pernod Ricard para que así entiendas qué obligaciones estás aceptando en nombre del Grupo.

No hacer declaraciones o comentarios denigrantes o difamatorios acerca de alguien. Debemos tener cuidado de ser respetuosos con los derechos de nuestros compañeros y otros sujetos relevantes.

¹ Chatter es una Marca Registrada de salesforce.com, Inc., utilizada bajo licencia.



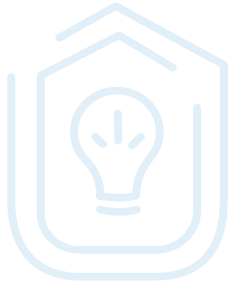
**10 Reglas de nuestra
Política Empresarial
para el uso
de Redes Sociales**



- 01 — **NO OLVIDAR QUE EL USO “PERNOD RICARD CHATTER” ES PARA USO PROFESIONAL;**
- 02 — **DEBES ASUMIR COMPLETA RESPONSABILIDAD Y OBLIGACIÓN POR CUALQUIER DECLARACIÓN HECHA EN “PERNOD RICARD CHATTER”;**
- 03 — **RECUERDA QUE EL GRUPO NO SE HACE RESPONSABLE POR EL CONTENIDO QUE PUBLIQUES EN “PERNOD RICARD CHATTER” YA QUE ÉSTE REFLEJA ÚNICAMENTE TU OPINIÓN;**
- 04 — **COMPÓRTATE RESPONSABLE Y RESPETUOSAMENTE HACIA EL GRUPO, SUS EMPLEADOS, CLIENTES, SOCIOS, COMPETIDORES Y CUALQUIER OTRO USUARIO DEL “PERNOD RICARD CHATTER”;**
- 05 — **NO DENIGRES AL GRUPO PERNOD RICARD, SUS CLIENTES, O CUALQUIER OTRO USUARIO DE “PERNOD RICARD CHATTER”, NO HAGAS DECLARACIONES DENIGRANTES O DIFAMATORIAS ACERCA DE NUESTRAS RELACIONES LABORALES O NUESTROS COMPETIDORES;**
- 06 — **TOMA TODAS LAS MEDIDAS RAZONABLES PARA EVITAR REVELAR INFORMACIÓN CONFIDENCIAL: CUALQUIER CONTENIDO PUBLICADO EN “PERNOD RICARD CHATTER” ES VISIBLE PARA TODOS LOS USUARIOS INDIVIDUALES DE GRUPOS ESPECÍFICOS;**
- 07 — **CUMPLE CON LOS PRINCIPIOS GENERALES DE UN CONSUMO RESPONSABLE YA QUE SON IMPORTANTES PARA EL GRUPO PERNOD RICARD;**
- 08 — **NO USES UNA FALSA IDENTIDAD PARA ENGAÑAR A OTROS;**
- 09 — **ABSTENTE DE DIFUNDIR INFORMACIÓN O CONTENIDO QUE SEA FALSO O ENGAÑOSO;**
- 10 — **SÉ CONSCIENTE DE QUE EN CASO DE UNA DEMANDA EN CIERTAS JURISDICCIONES (POR EJEMPLO: ESTADOS UNIDOS Y LA MAYORÍA DE LAS JURISDICCIONES), TODOS LOS DOCUMENTOS Y CONTENIDOS QUE HAYAS PUBLICADO EN “PERNOD RICARD CHATTER” PODRÍAN SER REVELADOS DURANTE DICHOS PROCEDIMIENTOS PUDIENDO RESULTAR PERJUDICIALES PARA EL CASO.**



— Todos los empleados de Pernod Ricard son
nuestros ojos y oídos, confiamos en ti para
ayudarnos a fortalecer nuestros derechos de PI



Protegiendo nuestras Marcas

Nuestras marcas son nuestros activos más valiosos.

Nuestras marcas son nuestros activos más valiosos. Nuestra propiedad intelectual (“PI”), incluyendo nuestras marcas registradas, son los cimientos para la protección de nuestras marcas y nuestra continua rentabilidad.

Si estás de alguna forma involucrado en el desarrollo de un nuevo producto o marca, campaña o anuncio, debes contactar a tu responsable de PI local para asegurarte de proteger apropiadamente todos los derechos de PI.

En la lucha contra las “copias” e imitaciones, todos los empleados de Pernod Ricard son nuestros ojos y oídos, confiamos en ti para ayudarnos a fortalecer nuestros derechos PI. Deberás reportar cualquier producto que copie o imite una de nuestras marcas al Departamento de Brand Security o al Departamento Jurídico. Tú también puedes hacer uso del Grupo “Imitaciones y Falsificaciones (“Look-a-like and Counterfeits”) en Pernod Ricard Chatter para reportar cualquier producto sospechoso.

Necesitamos seguir todos los pasos necesarios para asegurarnos de:


- **Asegurar todos los derechos de PI** cuando se desarrollen nuevos productos, marcas o extensiones de marca;
- **Usar nuestra PI consistentemente**, siguiendo todas las guías de marca relevantes y políticas de PI del Grupo;

- **Vigilar a terceros** que pudieran infringir nuestros derechos de PI, incluyendo la producción y venta de productos falsificados;
- **Exigir el respeto** a nuestros derechos de PI cuando sean detectadas violaciones;
- **Respetar en todo momento** los derechos de PI de otros.

LO QUE TODO EMPLEADO DEBE SABER

- **El grupo confía en que todos sus empleados ayuden a proteger su PI.** Reporta cualquier producto que parezca imitar o copiar alguna de nuestras marcas;
- **Ponte en contacto con el Abogado de PI pertinente** cada vez que celebres un acuerdo que pudiera afectar nuestros derechos de PI con cualquier tercero. Esto incluye contratos con agencias de publicidad, ciertos proveedores, distribuidores o cualquier partner con el que trabajemos en nuevos desarrollos;
- **Siempre usa nuestra PI** en la forma en la que se debe usar. Un uso inapropiado nos podría llevar a perder nuestros derechos.

Para obtener más información sobre **Nuestras 10 Reglas de Oro sobre la Propiedad Intelectual** haz click [aquí](#).

A photograph of two men in light-colored shirts engaged in conversation. The man on the left is gesturing with his hands while speaking. The man on the right is listening intently and holding a cognac glass. The background is dark and out of focus, suggesting an indoor social setting.

Pernod Ricard debe observar y cumplir minuciosamente las sanciones comerciales o las políticas de embargos en países o jurisdicciones en los que el Grupo opera.



Sancciones Comerciales

Pernod Ricard concede una gran importancia al respeto de estas leyes y reglamentos.

Al ser un grupo global presente en 86 países, Pernod Ricard debe observar y cumplir minuciosamente las sanciones comerciales o las políticas de embargos en países o jurisdicciones en los que el Grupo opera, administradas por entidades supranacionales como la Organización de Naciones Unidas y la Unión Europea, así como en países individuales como Estados Unidos o Francia.

Las sanciones comerciales internacionales están diseñadas para evitar o para limitar el comercio con determinados países o sus ciudadanos, o con determinadas personas o empresas, y que pueden, por consiguiente, limitar nuestra capacidad para realizar negocios en estos países o con estas personas. Las sanciones comerciales pueden aplicarse de diversas formas: desde cuotas hasta embargos y congelación de activos, y pueden desembocar en restricciones o vetos a las operaciones de importación y exportación, inversiones o transacciones financieras.

El incumplimiento de estas restricciones comerciales expone al Grupo y a los empleados implicados a sanciones cuantiosas, penas de prisión y a un daño a su reputación. Pernod Ricard concede una gran importancia al respeto de estas leyes y reglamentos y cada empleado del Grupo debe cumplirlas minuciosamente.

Negocios con la República de Cuba

Pernod Ricard y una empresa cubana, Cuba Ron, crearon una empresa conjunta llamada Havana Club Internacional (HCI) en 1993. Esta empresa es la propietaria de Havana Club.

Cuba está sometida a un embargo impuesto por la Oficina estadounidense de Control de Activos Extranjeros (Office of Foreign Assets Control, OFAC), que prohíbe todo negocio que implique a ciudadanos estadounidenses o dólares estadounidenses, por una parte, y ciudadanos cubanos o activos cubanos, por otra. Por lo tanto, se debe mantener una estricta separación entre las operaciones estadounidenses, que implican a filiales estadounidenses o que se llevan a cabo en los Estados Unidos, y las operaciones cubanas, que implican a filiales cubanas o, en general, a Havana Club. A tal fin, los organismos no estadounidenses que forman parte o están controlados por una filial estadounidense recibirán el tratamiento de estas últimas. Entre otras cosas :

- **Las filiales estadounidenses** no deben comprar ni distribuir ron Havana Club;
- **Havana Club no debe comprar acciones a filiales estadounidenses** o vender productos estadounidenses; y
- **Las transacciones que impliquen a Havana Club** no se deben llevar a cabo en dólares estadounidenses.

Plantéate estas preguntas:

- ¿Tu proyecto, actividad o transacción implica a un país sancionado?
- ¿Tu proyecto o transacción implica a una entidad constituida en un país sancionado?
- ¿Tu proyecto, actividad o transacción implica a una entidad no ubicada en un país sancionado pero que pertenece o está controlada por una entidad constituida en un país sancionado o por una persona física que es ciudadana de un país sancionado?
- ¿Tu proyecto, actividad o transacción implica a una persona física que es ciudadana de un país sancionado?
- ¿Tu importación o exportación de bienes se realiza con un país sancionado?
- ¿Tu proyecto, actividad o transacción implica a una persona física o a una entidad presente en una lista de sanciones?
- ¿Tu proyecto, actividad o transacción implica a una entidad que pertenece o está controlada por una persona física u entidad presente en una lista de sanciones?

Si la respuesta a alguna de estas preguntas es **SÍ**, pide asesoramiento a tu Departamento Jurídico.

LO QUE TODO EMPLEADO DEBE SABER

- **Entender las restricciones comerciales** aplicables en los mercados en los que operan las filiales correspondientes y cumplir minuciosamente dichas limitaciones.
- **Pedir asesoramiento al Departamento Jurídico** sobre las sanciones comerciales aplicables u otras restricciones relevantes.
- **Garantizar que todo socio comercial** que tenga algún interés comercial no relacionado en un país sancionado está autorizado mediante el debido proceso de diligencia.
- **Si el proyecto, actividad o transacción** implica a un país sancionado, a un ciudadano de un país sancionado o a una persona física o entidad sancionada de cualquier manera, pedir asesoramiento al Departamento Jurídico.



Ballantine's
STAY TRUE



Nuestra meta es que nuestras actividades comerciales tengan un impacto positivo en nuestras partes interesadas, nuestras comunidades y nuestro entorno.



Dirigiendo nuestro negocio con integridad

Dirigir nuestro negocio con integridad es parte de nuestra historia y una de nuestras prioridades.

Nuestra meta es que nuestras actividades comerciales tengan un impacto positivo en nuestras partes interesadas, nuestras comunidades y nuestro entorno. Por ello, hemos adoptado una conducta transparente y ética que:

- **Se centra en proteger** a nuestros empleados y en garantizar su desarrollo;
- **Contribuye a un desarrollo sostenible**, especialmente en sus componentes sociales, medioambientales y económicos;
- **Tiene en cuenta las expectativas** de nuestras partes interesadas;
- **Es coherente con las leyes internacionales** y las normas éticas; y
- **Está integrada en toda nuestra organización** y dentro de nuestra esfera de influencia.

Nuestros valores se reflejan cada día en nuestras conductas y las relaciones con nuestras partes interesadas, tanto dentro como fuera de la organización.

Valorar la diversidad y la igualdad de oportunidades

En Pernod Ricard creemos que la diversidad de cultura, habilidades, capacidades, experiencias y perspectivas en nuestros empleados es un gran valor que favorece nuestro éxito a largo plazo.

Para Pernod Ricard, la diversidad de empleados y culturas representada en el Grupo funciona como un catalizador para conseguir un rendimiento mejor: compartir ideas y experiencias continuamente refuerza la habilidad para anticipar nuevas tendencias e impulsa la innovación y la creatividad.

De acuerdo con estas orientaciones fundamentales, el Grupo está decidido a ofrecer a sus empleados igualdad de oportunidades en cuanto a reconocimiento, progreso individual y trayectoria profesional, independientemente de sus orígenes y creencias. Nos aseguramos siempre de que nuestras decisiones relacionadas con el empleo se basan en requisitos objetivos del puesto y en valoraciones justas de las competencias de las personas.

En consecuencia, en Pernod Ricard no toleramos en nuestras prácticas ni en nuestra esfera de influencia ninguna forma de discriminación por razón de raza, género, religión, color, etnia, origen, edad, discapacidad, orientación sexual, identidad de género y orientación política.

La discriminación directa se refiere a una situación en la cual una persona recibe un trato menos favorable que otra con las mismas habilidades con respecto a la contratación, las políticas de desarrollo profesional o cualquier otra condición laboral, en función de criterios discriminatorios.

La discriminación indirecta es una acción que, a pesar de ser aparentemente neutral, sitúa a una categoría de personas de género, edad, discapacidad u otra característica concreta en una situación de desventaja en comparación con otra categoría.

LO QUE TODO EMPLEADO DEBE HACER

- **Respectar y promover la diversidad;**
- **Promover un trato justo a los candidatos**, justificar siempre las opiniones en función de competencias y habilidades objetivamente evaluadas, garantizar la igualdad de oportunidades y definir las condiciones de incentivos de forma justa y equitativa;
- **Rechazar todas las formas de discriminación**, no solo en la contratación, sino también en todas las decisiones relativas a las políticas de desarrollo profesional, empleo continuo y condiciones laborales en general;
- **Esforzarte por ser tolerante y respetuoso** con los compañeros y las personas con las que trabajas; y
- **Apoyar y promover estos compromisos** en nuestra relación con proveedores, clientes y cualquier otro tipo de socio comercial.

Combatir el acoso

En Pernod Ricard nos aseguramos de que todos reciben un trato respetuoso y digno. Por eso, todo tipo de acoso o conducta ofensiva ilegal o inadecuada, incluido el acoso sexual, está prohibido en nuestro entorno de trabajo y en nuestra esfera de influencia, y no toleramos conductas que puedan ser, directa o indirectamente, humillantes u hostiles.

El acoso sexual consiste en cualquier conducta de naturaleza sexual considerada como no deseada,

desagradable, inaceptable, inapropiada y ofensiva para el destinatario, y que crea un entorno de trabajo intimidatorio, hostil, inestable u ofensivo. El acoso sexual puede afectar tanto a hombres como a mujeres y adopta varias formas, como, entre otras, el acoso verbal (por ejemplo, comentarios o bromas desagradables de naturaleza sexual), acoso físico (por ejemplo, movimientos innecesarios u ofensivos) o acoso visual (por ejemplo, imágenes o gestos despectivos u ofensivos).

Otras formas de acoso verbal o físico que degraden o muestren hostilidad u odio hacia una persona debido a otras características como la raza, el género, la religión, el color, la etnia, el origen, la edad, la discapacidad, la orientación sexual, la identidad de género y la orientación política también están estrictamente prohibidas.

LO QUE TODO EMPLEADO DEBE HACER

- **Apoyar y promover** el compromiso de Pernod Ricard de conseguir un lugar de trabajo sin ninguna forma de acoso o intimidación;
- **Tratar a los trabajadores** y socios comerciales de forma cortés y respetuosa y abstenerse de participar en cualquier forma de acoso interno o hacia terceros con los que tengas contacto profesional;
- **No participar en ninguna forma de acoso**, incluido, entre otro, el acoso sexual, o en conductas de todo tipo que puedan interpretarse como tales;
- **Denunciar** cuando reconozcas una situación de acoso en el Grupo.





Proteger los derechos humanos y las libertades fundamentales

Proteger los derechos humanos y las libertades fundamentales es una de las principales prioridades de Pernod Ricard tanto dentro como fuera del Grupo. Confiamos en nuestras filiales para garantizar nuestro compromiso interno, pero también pedimos a nuestros proveedores y subcontratistas que respeten estos principios.

Estamos muy comprometidos con erradicar el trabajo irregular y forzoso y con abolir el trabajo infantil a cualquier nivel.

El trabajo forzoso se define como un trabajo o servicio involuntario que se exige mediante la amenaza de una sanción.

El trabajo infantil se define como cualquier forma de actividad económica realizada por niños que los priva de su dignidad y que es perjudicial para su normal desarrollo físico y mental. En algunos de los países en los que operamos el trabajo infantil sigue siendo una práctica común.

LO QUE TODO EMPLEADO DEBE HACER

- **Tener precaución extrema** al elegir a los proveedores o prestadores de servicios;
- **Rechazar trabajar con un proveedor** o prestador de servicios que vulnere las leyes de trabajo infantil.

Salud, seguridad y protección

Garantizar un entorno de trabajo seguro y protegido a nuestros empleados y contratistas es la primera prioridad

de Pernod Ricard y todos jugamos un papel importante a la hora de tomar precauciones razonables para mantener la salud, la seguridad y la protección de todas las personas que trabajan en las instalaciones de Pernod Ricard o que se ven afectadas por nuestras actividades.

Todas las conductas deben estar orientadas a la seguridad y dar lugar a una Cultura de Seguridad, desde las grandes decisiones a las reacciones espontáneas: “Una cultura en la que las personas sientan que la seguridad es un valor central, por lo que comportarse de forma segura se convierte en algo natural”. Todos pueden actuar como líderes de seguridad, sin necesidad de títulos o diplomas costosos. Solo se necesita la actitud adecuada, basada en las convicciones y valores adecuados, para guiar a los demás con coherencia.

Nuestro compromiso con las prácticas seguras se extiende a toda nuestra cadena de valor, desde proveedores a usuarios finales, y estamos comprometidos con proporcionar a nuestros clientes productos y servicios seguros y de confianza.

LO QUE TODO EMPLEADO DEBE HACER

- **Comportarte de forma segura** en todo momento y cuestionar siempre la conducta de los demás si esta pone en peligro la seguridad;
- **Realizar tus tareas cumpliendo las normas** de salud y seguridad aplicables a tu lugar de trabajo y a tu tipo de trabajo;
- **Mantener las condiciones de trabajo** en estado limpio y ordenado para incentivar las operaciones eficientes y promover buenas prácticas en materia de seguridad;
- **Informar inmediatamente de todos los errores**, accidentes, conductas, instalaciones o elementos cercanos que puedan comprometer la seguridad de nuestro entorno de trabajo.

Proteger el medioambiente

En Pernod Ricard, las materias agrícolas son la base de nuestros productos y proteger nuestro planeta es un componente clave en la estrategia del Grupo. Creemos que cuidar del medioambiente es responsabilidad de todos y que todos los empleados del Grupo tienen un papel fundamental a la hora de mejorar la sostenibilidad en nuestro rendimiento. Además, nos aseguramos de que nuestros proveedores y contratistas compartan la misma preocupación por el medioambiente.

Para nosotros es importante gestionar el impacto que tienen en el medioambiente nuestras operaciones y nuestra cadena de suministro y creemos que es responsabilidad de Pernod Ricard reducir dicho impacto comprometiéndonos a tomar las medidas necesarias para la preservación del medio ambiente.

LO QUE TODO EMPLEADO DEBE HACER

- **Ser consciente del impacto de tus actividades** en el medioambiente: en el clima, los ecosistemas, la biodiversidad, el agua fresca, otros recursos naturales, la generación de residuos, etc.;
- **Tener en cuenta la preservación del medioambiente** al tomar decisiones empresariales y actuar siguiendo la política del Grupo para reducir nuestra huella ecológica, por ejemplo, minimizando el impacto de los embalajes, la emisión de CO2 o la generación de residuos;
- **Buscar oportunidades** para que los proveedores con los que trabajamos reduzcan su impacto en el medioambiente;
- **Cuestionar las actividades no sostenibles** y comunicar los problemas medioambientales de nuestras actividades o cadenas de suministro;
- **Apoyar las iniciativas locales** en material de sostenibilidad medioambiental.

Si sospechas que ha habido una violación de estas reglas de integridad, debes comunicarte con tu Departamento de Asesoría Jurídica, tu Gerente de Línea o tu Departamento de Recursos Humanos. Alternativamente, use «Speak Up» accesible a través de MyPortal.



Código de
CONDUCTA DE NEGOCIO



Pernod Ricard
Créateurs de convivialité