



Pernod Ricard  
*Créateurs de convivialité*

# What we stand for\*

Nuestro Código de Conducta de Negocio

\*Qué representamos

\*\*Disfrute de nuestras marcas con responsabilidad

Enjoy our Brands  
responsibly\*\*



## Tabla de contenido

Declaración ejecutiva	03
Somos embajadores de “Convivialité”	04
Nuestro Código	05
Nuestras Reglas de Oro	06
<b>Cómo nos comportamos</b>	<b>07</b>
<i>En nuestra empresa</i>	
Prevenir el soborno y la corrupción	08
Dar o recibir regalos y atenciones	09
Trabajar de forma responsable con terceros	10
<i>En nuestro sector</i>	
Competir lealmente	11
Cumplir con las normas de comercio mundiales	12
Ser leales y transparentes	13
Proteger los activos de Pernod Ricard	14
Ser cordial, pero sin compartir en exceso	15
Comunicar abiertamente y sinceramente	16
Utilizar los datos personales con respeto	17
<i>En nuestro lugar de trabajo</i>	
Ser amable y respetuoso	18
Valorar la diversidad y la inclusión	19
Crear un entorno de trabajo seguro	20
<i>Bring Good Times from a Good Place*</i>	21
<b>Cómo defendemos nuestro Código</b>	<b>22</b>
Buscar orientación	23
Denunciar en Speak Up	24
Promover nuestro Código	25
¿Quiere saber más?	26

\*Brindar buenos momentos desde un buen lugar  
 \*\*Disfrute de nuestras marcas con responsabilidad



**Alexandre Ricard**  
PRESIDENTE Y DIRECTOR GENERAL  
DE PERNOD RICARD

# Declaración ejecutiva

Estimados Colegas y Socios Comerciales:

Nuestra reputación de integridad y profesionalismo es la piedra angular sobre la que se ha construido Pernod Ricard, que ha pasado de ser un pequeño productor de pastís en el sur de Francia, hace casi 100, años a un productor mundial de reputados licores y vinos presente en la actualidad en más de 160 mercados.

Nuestro gran sentido de la ética es uno de los valores principales de nuestro Grupo, además de la confianza mutua y nuestro espíritu emprendedor. Es uno de nuestros activos más valiosos, que debemos apoyar y proteger en todo momento.

Nuestra ambición es convertirnos en el líder de nuestro sector, pero no a cualquier coste. Creemos que sin integridad no puede haber éxito duradero. Por lo tanto, seguiremos defendiendo nuestra política de tolerancia cero frente a cualquier infracción de nuestras normas éticas que corroboremos. No adoptamos esta postura por motivos meramente morales, sino porque es lo que nuestros consumidores, empleados, socios comerciales, comunidades y otras partes interesadas esperan de nosotros.

**Al cumplir este Código, contribuirán al éxito de nuestro Grupo a largo plazo.**

La nueva edición de este Código define nuestra postura en asuntos de ética y cumplimiento normativo, y está concebida para que su lectura sea lo más amena posible. Los animo a leerlo, consultarlo y pedir consejo a su equipo Legal y a sus compañeros, en caso de ser necesario.

Este es un documento vivo que se irá actualizando con el tiempo. Como siempre, agradeceremos sus comentarios.

Saludos cordiales,

Alexandre Ricard



Enjoy our brands responsibly\*

# Somos embajadores de “Convivialité”

Como “Créateurs de Convivialité”, nuestro objetivo es hacer que todas las interacciones sociales sean una experiencia compartida, genuina, cordial y responsable, y nuestra misión es desatar la magia de las relaciones humanas brindando buenos momentos desde un buen lugar.

## El Manifiesto de “Convivialité”

**Somos embajadores de “Convivialité”** porque nuestras marcas, negocios y empleados comparten la convicción de que las personas deben unirse para crear momentos felices. Estamos unidos por la “Convivialité” en todo el mundo y estamos orgullosos de pertenecer a una comunidad mundial de “Convivialistes”. Apoyamos y confiamos en los demás.

**Somos responsables**, lo que significa que respetamos a los demás, nuestras comunidades y nuestro planeta y luchamos por un mundo más hospitalario, sin excesos. En el trabajo, esto significa que estamos comprometidos con la atención y tenemos un profundo sentido de la ética en todo lo que hacemos.

**Somos ganadores** y protagonistas en el sector de los vinos y licores, tenemos una perspectiva a largo plazo que aspira al liderazgo de nuestro sector, la innovación y el crecimiento sostenible. Abrazamos nuestro espíritu emprendedor y aprovechamos nuestra pasión por lo que hacemos. Nuestro modelo de negocio descentralizado significa que estamos capacitados para hacerlo lo mejor posible.

\*Disfrute de nuestras marcas con responsabilidad



Enjoy our brands responsibly\*\*

# Nuestro Código

## *What we stand for\**

Nuestro Código de Conducta de Negocio define las normas de una conducta de negocio ética y responsable que todos nuestros empleados y socios comerciales deben cumplir, ayudándonos a orientar nuestra toma de decisiones, cada día.

Nuestras marcas se venden en más de 160 mercados, y estamos sujetos a un amplio marco normativo, que a veces se aplica más allá de las fronteras. Al respetar los principios de este Código y nuestras políticas, está ayudando a Pernod Ricard a cumplir con estas leyes y, por lo tanto, contribuyendo a nuestro éxito duradero.

**Para nuestros empleados**, las infracciones de este Código de Conducta de Negocio pueden desembocar en una acción disciplinaria e incluso en el despido.

**Para nuestros socios comerciales**, trataremos con la máxima seriedad cualquier infracción de los principios y disposiciones del presente Código a la hora de determinar la continuación de nuestra relación contractual.



### ¿Quiere saber más?

Este Código hace referencia a una serie de políticas y procedimientos internos en Pernod Ricard. Cada filial puede adoptar políticas adicionales. Para más información, consulte la documentación disponible en la página 26.



### ¿Falta algo?

Hemos hecho todo lo posible por redactar este Código de modo que su lectura sea lo más amena posible, con el mínimo de jerga legal. ¡Esperamos que valore este esfuerzo! Sin embargo, esto significa que el documento no puede abordar todas las cuestiones éticas o todas las situaciones delicadas a las que pueda enfrentarse. Encontrará información sobre dónde buscar orientación adicional en la página 23, cómo denunciar una inquietud en la página 24 y la lista de políticas complementarias en la página 26.

\*Qué representamos

\*\*Disfrute de nuestras marcas con responsabilidad



# Nuestras Reglas de Oro

*Lograremos nuestra ambición de liderazgo actuando con integridad, en cada etapa del camino.*

## *En nuestra empresa*

- › **Nunca ofrecemos ni aceptamos** sobornos de ningún tipo.
- › **Nunca ofrecemos ni aceptamos** regalos o atenciones comerciales inapropiados.
- › **Examinamos minuciosamente a nuestros socios** para poder colaborar en un espíritu de confianza mutua.

## *En nuestro sector*

- › **Conseguiremos** nuestra posición de liderazgo a través de una competencia leal.
- › **Cumplimos** con las leyes aplicables, incluidas las leyes de importación y exportación y las sanciones internacionales.
- › **Actuamos** en el mejor interés de Pernod Ricard.
- › **Utilizamos** los recursos que pone a nuestra disposición Pernod Ricard de manera responsable.
- › **Prestamos atención** a lo que decimos, escribimos y compartimos.
- › **Proporcionamos** a nuestras partes interesadas información clara y precisa.
- › **Recopilamos datos** para ampliar nuestro negocio, pero solo usamos los que necesitamos.

## *En nuestro lugar de trabajo*

- › **Creemos** un lugar de trabajo seguro para todos.
- › **Creemos** que la diversidad, igualdad e inclusión son la base de nuestro espíritu colectivo como "Créateurs de Convivialité".
- › **Nos cuidamos entre nosotros y nos esforzamos por eliminar** los accidentes laborales, peligros y enfermedades profesionales.
- › **Aspiramos a crear** un mundo más hospitalario, un mundo sin excesos.
- › **Nos esforzamos por garantizar** que se respeten los derechos humanos y laborales.



Introducción

**Cómo nos comportamos**

En nuestra empresa

En nuestro sector

En nuestro lugar de trabajo

Cómo defendemos nuestro Código

# Cómo nos comportamos





En nuestra empresa

# Prevenir el soborno y la corrupción

Nuestro liderazgo se debe gracias a nuestros empleados, productos, marcas, creatividad, modelo de negocio, hospitalidad y estrategia. Eso es todo. Nunca ofrecemos ni aceptamos pagos, incentivos ni cualquier otra cosa que pueda influir indebidamente en una decisión de negocio.

## 3 REGLAS QUE NOS GUÍAN

- › No ofrezca, prometa ni dé nunca nada de valor a un funcionario público ni a nadie como incentivo para actuar indebidamente.
- › Recuerde, cualquier cosa de valor puede ser considerada como un soborno. Esto incluye un favor, una promesa de empleo o una promesa de una donación benéfica.
- › Denuncie cualquier tentativa de acto de corrupción.



**P:** Uno de mis clientes principales quiere que contrate a su hijo como becario. ¿Qué debo hacer?

**R:** Explique a su cliente que nuestro Código le prohíbe participar en el proceso de selección y que lo único que puede hacer es enviar el currículum de su hijo a RRHH.

**P:** Necesito entregar un material urgente para Navidad. Puede que el despacho de aduanas tarde demasiado. El agente de aduanas me ha dicho que conocía una manera de acelerar el trámite a cambio de un pago en metálico. La cantidad es ridícula.

**R:** Los pagos en metálico para realizar o acelerar un trámite administrativo, conocidos como pagos de facilitación, están estrictamente prohibidos conforme a este Código. Siempre debe rechazar estas propuestas e informar a su reporte directo. La única excepción es cuando el hecho de no aceptar los pagos supone una amenaza física inevitable.

*Nunca ofrecemos ni aceptamos sobornos de ningún tipo.*



**Lo que se aplica a nosotros es aplicable también a los terceros que actúan en nuestro nombre**

Pernod Ricard puede ser responsable de las acciones de terceros. No debemos permitir que terceros hagan nada ilícito en nuestro nombre.

\*Disfrute de nuestras marcas con responsabilidad



## En nuestra empresa

# Dar o recibir regalos y atenciones comerciales

Es aceptable cultivar sus relaciones con un cliente o un tercero mediante regalos y atenciones comerciales apropiados. No es aceptable utilizarlos para influir indebidamente en las decisiones comerciales, ya que podrían ser considerados como sobornos.

### 3 REGLAS QUE NOS GUÍAN

- › Sólo hay que intercambiar regalos y atenciones comerciales razonables y habituales en nuestro negocio, cuando haya un propósito comercial legítimo.
- › Antes de ofrecer o aceptar un regalo, pregúntese siempre: ¿qué imagen daría si se hiciera público?
- › Debe buscar sistemáticamente la aprobación previa de dicho regalo o atención comercial cuando se trate de regalos y atenciones que impliquen a funcionarios públicos.

**?** **P:** La dueña de un bar muy influyente está considerando firmar un contrato exclusivo con un competidor. Me estoy planteando darle a ella y a sus empleados tarjetas regalo con la esperanza de que se incline por nosotros.

**R:** Mala idea. Los regalos en metálico o equivalente, como las tarjetas regalo, son especialmente problemáticos. Su jurisdicción puede contar con restricciones adicionales acerca de la entrega de artículos de valor a los comerciantes. Consulte sistemáticamente a sus equipos Legal o de Ética y Compliance.

**P:** Un proveedor con el que suelo trabajar me ha invitado a un retiro de 2 días en las Bahamas para presentarnos sus últimas novedades. ¿Puedo ir?

**R:** Ser invitado por un proveedor para conocer sus novedades está bien, en principio. Sin embargo, utilice su sentido común: si el viaje parece desproporcionado, no vaya. Consulte a sus equipos Legal o de Ética y Compliance.

“Los regalos y atenciones comerciales razonables forman parte de nuestro negocio. Sin embargo, no ofrezca ni acepte nunca regalos o atenciones comerciales para influir indebidamente en las personas.”



### Gifted!

Declare y pida la aprobación previa (siempre que sea necesario) en Gifted! antes de ofrecer o aceptar regalos y atenciones comerciales, nuestra aplicación dedicada, o utilice el sistema equivalente instaurado en su filial.



En nuestra empresa

# Trabajar de forma responsable con terceros

Queremos hacer negocios con socios comerciales que compartan nuestros valores y normas éticas. Si los investigamos a través de Partner Up (o la herramienta aprobada en su filial) significa que podemos entablar relaciones comerciales, siempre con los ojos abiertos.

## 3 REGLAS QUE NOS GUIAN

- Realice un proceso de due diligence (diligencia debida) sobre terceros comerciales en Partner Up (o la herramienta de su filial) siempre que sea necesario, para garantizar que los posibles socios comerciales sean de confianza, respetables y responsables.
- Comparta este código y asegúrese de que nuestra cláusula de cumplimiento de la legalidad y ética empresarial (disponible en myportal) esté incluida en el contrato.
- Esté atento a los pagos sospechosos procedentes o destinados a una cuenta inusual o a cuentas situadas en paraísos fiscales. Puede ser un indicativo de prácticas de evasión fiscal o blanqueo de capitales.



**P:** Uno de nuestros clientes nos ha preguntado si puede pagarnos a través de distintas cuentas, usando una combinación de efectivo y cheques. ¿Es correcto? ¿Qué debo hacer?

**R:** Proceda con cautela. Puede formar parte de un régimen de evasión fiscal o un intento de blanqueo de capitales, un proceso por el que el dinero obtenido por medios ilícitos se hace pasar por legítimo. Antes de proceder, pida consejo a sus equipos Legal o de Ética y Compliance.

**P:** Tengo que lanzar un nuevo producto realmente rápido. He contactado con una innovadora agencia de marketing que podría ayudarnos con una campaña fantástica si firmo hoy. ¿Puedo ponerlo en marcha ahora mismo?

**R:** Debe tener cuidado de no precipitarse al entablar una nueva relación comercial. Debe seguir nuestro proceso de comprobación en Partner Up o una herramienta similar aprobada por su filial. Es la mejor manera de iniciar su proyecto y proteger a Pernod Ricard al mismo tiempo. Por regla general, no haga nada con el dinero de la empresa que no haría con su propio dinero.

**P:** Un asesor externo con el que he estado trabajando me ha pedido que le paguemos en una cuenta en el extranjero. ¿Puedo efectuar este pago?

**R:** Las cuentas en el extranjero pueden ser utilizadas para evitar el pago de impuestos. Esta petición parece sospechosa. Debe pedir consejo a su jefe/a financiero o a sus equipos Legal o de Ética y Compliance.

“Examinamos minuciosamente a nuestros socios comerciales para poder colaborar en un espíritu de confianza mutua.”



## Fomentar la sensibilización

A través de nuestras normas para proveedores y procedimientos de comprobación, queremos aumentar la sensibilización sobre la lucha contra la corrupción y el soborno, y también sobre derechos humanos y derecho laboral, salud y seguridad, impacto medioambiental, consumo responsable, integridad, evasión fiscal y prácticas comerciales justas.

\*Disfrute de nuestras marcas con responsabilidad

*En nuestro sector*

# Competencia Leal

Tenemos el compromiso de promover la competencia leal en nuestro negocio. No toleraremos acuerdos, intercambios de información comercial sensible ni ninguna otra práctica que obstaculicen una competencia leal. No comentamos cuestiones comerciales sensibles con terceros y en particular con la competencia.

## 4 REGLAS QUE NOS GUÍAN

- No formalice nunca ningún acuerdo escrito ni verbal con empresas de la competencia (por ejemplo, para fijar precios, excluir a un competidor o dividirse el mercado).
- Los contratos de distribución exclusivos y los contratos que incluyan restricciones territoriales o cláusulas de "no competencia" siempre deben examinarse con detenimiento. En dichos casos, consulte con sus equipos Legal o de Ética y Compliance locales.
- Asegúrese de que cualquier información que reciba sobre un competidor proceda de fuentes disponibles públicamente o se haya obtenido legítimamente.
- Sólo podemos recomendar, nunca exigir, el precio de venta definitivo de nuestros productos aplicado por nuestros clientes.



**P:** He quedado con la jefa que tenía en mi anterior trabajo. El ambiente relajado le brinda la oportunidad de preguntarme por mi nuevo puesto en Pernod Ricard. Las preguntas pasan al terreno de las estrategias de mercado para los próximos meses.

**R:** El hecho de que ya tenga una relación con esta persona no debe hacerle bajar la guardia. Recuerde que no debe intercambiar nunca información comercial sensible con la competencia ni con nadie más en ese sentido.

**P:** Me han invitado a la cena anual de una asociación profesional. En mi mesa se sientan también algunos de mis colegas de la competencia. Transcurridos unos minutos, uno de los invitados saca a relucir el tema de los precios.

**R:** Este tipo de situación puede obstaculizar la competencia y va en contra de la ley de competencia desleal. Si alguna vez se encuentra participando en una conversación de este tipo, busque inmediatamente consejo legal, si es posible. Si no, comente al resto de invitados que cree que esta conversación no es adecuada y, si la conversación continúa, discúlpese, indique al redactor de actas u organizador, si lo hay, que abandona la cena y contacte enseguida con el equipo de Legal o de Ética y Compliance.

“Conseguiremos nuestra posición de liderazgo a través de una competencia leal.”



## Tenga cuidado con lo que dice y escribe

No se refiera a Pernod Ricard como "dominante" en un mercado determinado, ya que esto es un asunto de análisis jurídico y económico complejo y conlleva consecuencias legales.

\*Disfrute de nuestras marcas con responsabilidad



## En nuestro sector

# Cumplir con las normas de comercio mundiales

Pernod Ricard es una multinacional y tiene el compromiso de cumplir con las complejas y cambiantes leyes de importación y exportación internacionales, incluidas las sanciones comerciales como embargos, congelación de activos, restricciones y vetos. Además, pueden implementarse nuevos sistemas de sanciones que pongan en peligro las relaciones y proyectos existentes o futuros. Esté alerta y pida consejo.

### 3 REGLAS QUE NOS GUÍAN

- Mantenga una separación estricta entre todo lo que tenga un componente americano (operaciones, terceras partes, personas) y Havana Club. Si identifica cualquier relación potencial, directa o indirecta, con Estados Unidos al trabajar en algún proyecto de Havana Club, consulte siempre al equipo Legal o de Ética y Compliance.
- Los regímenes de sanciones son complejos y cambian constantemente. Consulte al equipo Legal o de Ética y Compliance antes de comprometerse con países o terceros sujetos a sanciones o embargos.
- Investigue a las partes a través de Partner Up o la herramienta aprobada en su filial para evitar infringir cualquier sanción o restricción comercial.



**P:** Una nueva empresa tecnológica estadounidense podría ayudarnos a lograr nuestros objetivos de marketing más eficientemente. El Grupo tiene previsto comprar una licencia global y desplegarla en todas nuestras marcas. ¿Es una buena noticia, no?

**R:** Sí, pero como este nuevo proveedor es de Estados Unidos, algunas de nuestras marcas no podrán utilizar esta solución tecnológica. Debe verificar con los equipos Legal y de Ética y Compliance si es la mejor solución para el Grupo. Tenga cuidado con las herramientas informáticas: si algún componente es de Estados Unidos, no puede utilizarse en Cuba.

**P:** Queremos entrar en un nuevo mercado objetivo para los ronones Havana Club. Nuestra agencia de marketing sugiere promocionarlos en una serie que se emitirá próximamente en Netflix. ¿Podemos dar el visto bueno?

**R:** No. Netflix es una empresa estadounidense. Havana Club tiene prohibido hacer tratos con empresas de Estados Unidos debido al embargo americano.



“Cumplimos con las leyes de importación y exportación y las sanciones internacionales.”



### No hay que juzgar una botella por su etiqueta

The Absolut Company (TAC) es propiedad de una filial estadounidense de Pernod Ricard. Por este motivo, según las leyes que rigen el comercio mundial, algunas de nuestras marcas como Havana Club no pueden trabajar directamente con TAC.



En nuestro sector

## Ser leales y transparentes

Debemos evitar las situaciones en las que nuestros intereses y relaciones personales entren en conflicto con los intereses de Pernod Ricard. La simple apariencia de un conflicto de intereses, si no se comunica, puede perjudicar a la reputación de Pernod Ricard, y también la suya.

### 3 REGLAS QUE NOS GUÍAN

- **Comunique cualquier posible conflicto de intereses derivado de su relación con un familiar, una persona cercana o un negocio particular para evitar la ambigüedad.**
- **Informe a su jefe/a y pida consejo antes de participar en ninguna actividad que presente un posible conflicto de intereses o la impresión de un conflicto de intereses.**
- **Esté atento antes de involucrarse en ninguna actividad profesional al margen de su empleo en Pernod Ricard.**



**P: Me he incorporado a Pernod Ricard hace poco y mi novia trabaja para nuestro principal competidor. ¿Supone esta situación un conflicto de intereses?**

**R:** No necesariamente, pero los dos tienen que informar a sus jefes. Siempre es mejor ser transparente con cualquier situación que pudiera dar la impresión de que sus relaciones personales interfieren en sus decisiones de trabajo.

**P: Mi primo ha creado una agencia de marketing digital. Estoy objetivamente convencido de que su enfoque innovador podría ayudarnos en nuestra próxima campaña de comunicación. ¿Puedo proponer esta agencia a mi equipo?**

**R:** Sí. Sin embargo, independientemente de la calidad y la reputación de esta agencia, la situación puede dar la impresión de un conflicto de intereses. Debe informar a su jefe/a y no participar en el proceso de selección.

**P: No bebo alcohol. Me ha contactado una ONG de lucha contra el alcohol. Esta ONG promueve la prohibición completa del consumo de cualquier tipo de bebida alcohólica. ¿Puedo formar parte de la ONG?**

**R:** Aunque respetamos la decisión de cada uno de beber o no, sería problemático que formara parte de un grupo que fomenta proactivamente intereses que entran en conflicto directo con el negocio de Pernod Ricard. Hable con sus equipos de Ética y Compliance o RRHH.

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



Enjoy our brands responsibly\*



### Convertirse en amigos

Sea prudente, una relación comercial que pasa a ser personal puede ser una fuente de conflicto o dar la impresión de un conflicto.

\*Disfrute de nuestras marcas con responsabilidad



En nuestro sector

# Proteger los activos de Pernod Ricard

Nuestros activos son muy valiosos: tanto si son tangibles (portátiles, móviles, etc.) como intangibles (datos personales, información financiera, información técnica o propiedad intelectual). Debemos protegerlos.

## 4 REGLAS QUE NOS GUÍAN

- › Utilice los activos y recursos de Pernod Ricard con precaución y sólo por motivos comerciales legítimos.
- › Los datos y la información deben utilizarse conforme a la ética de los datos.
- › Consulte al IP Hub del Grupo cuando trabaje en un nuevo producto, marca o eslogan.
- › Proteja su acceso a los activos de Pernod Ricard – esto incluye sus contraseñas y sus dispositivos electrónicos.

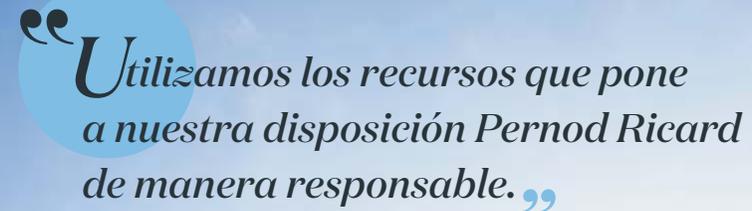


**P:** Mi cliente se ha dejado su memoria USB en mi oficina. Puede que encuentre cosas útiles en ella...

**R:** Está absolutamente prohibido. Además, no es seguro utilizar una memoria USB que no provenga de nuestro equipo de IT.

**P:** Tenemos en mente un nombre fantástico para una nueva marca. ¿Cómo podemos protegerlo?

**R:** Nuestras marcas son nuestro activo más valioso. Hacerlas únicas e inconfundibles es la mejor manera de protegerlas. Póngase en contacto con el IP Hub del Grupo para proteger todos los derechos de propiedad intelectual correspondientes.



*Utilizamos los recursos que pone a nuestra disposición Pernod Ricard de manera responsable.*



## ¿Cómo trata sus activos?

Tanto si es un portátil, un móvil, acceso a Internet, datos comerciales, marcas registradas o incluso un edificio, esperamos que trate nuestros activos y los de nuestros socios comerciales como trataría los suyos propios.



En nuestro sector

## Ser cordial, pero sin compartir en exceso

Aunque estamos orgullosos de formar parte de Pernod Ricard y nos gusta presumir de nuestros éxitos, no debemos compartir información confidencial o sensible. También debemos ser conscientes de que algunos temas sensibles pueden ser especialmente controvertidos. Por lo tanto, no debemos adoptar posturas públicas sobre ellos cuando actuemos dentro de nuestra capacidad profesional.

### 3 REGLAS QUE NOS GUÍAN

- No comparta ninguna información confidencial o patentada.
- No haga declaraciones sobre temas sensibles como creencias religiosas, asuntos morales o de carácter político en las redes sociales profesionales ni en ningún otro escenario en el que actúe dentro de su capacidad profesional (esto no se aplica a sus entornos privados, como sus redes sociales personales, en las que no haya una asociación automática con Pernod Ricard).
- Hable con responsabilidad sobre el alcohol en las redes sociales.

**P:** Resulta que tengo acceso a información no pública sobre la próxima adquisición por parte de Pernod Ricard de una start-up que podría muy bien cambiar nuestra postura de embajadores de "convivialité". Sé que no puedo comprar acciones basándome en esta información, pero ¿puedo recomendar a otra persona que compre acciones de Pernod Ricard si no menciono esta operación?

**R:** Claramente "no". Dar un "consejo" para realizar una transacción supone un abuso de la confianza que hemos establecido con nuestros inversores y la autoridad reguladora del mercado. El uso de información interna para realizar transacciones de valores de Pernod Ricard se llama uso de información privilegiada y está duramente castigado.

**P:** Me preocupa mucho un problema social particular que está dividiendo al país en el que vivo. Quiero mostrar mi postura en mis redes sociales personales. ¿Es correcto?

**R:** Naturalmente, es aceptable que exprese sus opiniones en sus redes sociales personales. Sin embargo, nunca opine sobre temas delicados cuando aparezca como representante de Pernod Ricard (por ejemplo, en LinkedIn), ya que sus opiniones sobre un tema particular pueden parecerle justas a usted pero ofensivas a otros.



“Prestamos atención a lo que decimos, escribimos y compartimos.”

**P:** Actualmente hay una gran controversia política en mi país, y creo que sería beneficioso para Jameson adoptar una postura al respecto. ¿Debo trabajar con marketing para diseñar activos en este sentido?

**R:** Absolutamente no. Suele ser contraproducente, nuestras marcas no deben utilizarse para temas controvertidos o polémicos que tengan que ver con la religión, la guerra o la política, por ejemplo.



### Convierta los acuerdos de confidencialidad en parte de su ADN.

Al representar a Pernod Ricard, no debe divulgar nunca información confidencial sin firmar antes un acuerdo de confidencialidad. Su equipo Legal le proporcionará las plantillas y modelos correspondientes

\*Disfrute de nuestras marcas con responsabilidad



En nuestro sector

# Comunicar abiertamente y sinceramente

Nos esforzamos por enviar mensajes claros y coherentes a los compañeros de trabajo, clientes, inversores, autoridades públicas y otras partes interesadas, así como al público en general. La comunicación abierta y honesta crea confianza en nuestras relaciones y mejora nuestra reputación.

## 3 REGLAS QUE NOS GUÍAN

- Registre todas las transacciones y envíe puntualmente los archivos o informes que se le pidan.
- Asegúrese de que la información que proporcione sea amplia, precisa y fácil de entender.
- Asegúrese de que cualquier descripción de nuestros productos y servicios y cualquier afirmación acerca de ellos sea veraz.



**P:** Mis cifras de ventas mensuales son decepcionantes. ¿Estaría mal si inflara un poco mis resultados, ya que estoy seguro de que podré compensarlo el próximo mes?

**R:** Sí, estaría mal. Manipular las cifras de ventas podría dar una falsa impresión de los resultados de nuestra empresa a nuestros inversores, desembocar en sanciones y dañar nuestra reputación.

**P:** Uno de mis clientes me ha pedido que emita facturas falsas para evitar ciertos impuestos. Ha pasado por un periodo económico difícil. Esto podría ayudarlo sin que tuviera consecuencias importantes para nosotros.

**R:** Está prohibido hacer declaraciones falsas a una autoridad fiscal o emitir facturas falsas. Pernod Ricard no fomenta ningún tipo de evasión fiscal y se niega a participar en cualquier actividad fraudulenta o régimen fiscal artificial.

**P:** Uno de mis proveedores me comenta que pueden reducir el coste de los materiales si importamos las mercancías usando un código de clasificación distinto porque los aranceles aduaneros son más bajos. Dice que modificarán la descripción para evitar las posibles preguntas de aduanas.

**R:** El uso deliberado de un código erróneo equivale a una declaración fraudulenta y puede derivar en sanciones adicionales e incluso condenas penales en algunas jurisdicciones. Pida consejo a sus autoridades aduaneras locales, equipo Fiscal o Legal antes de dar ninguna instrucción sobre el despacho aduanero.



*Proporcionamos a nuestras partes interesadas información clara y precisa.*



## Sea sincero

Un solo acto engañoso o deshonesto puede dañar seriamente una relación comercial. Así que asegúrese de que entienda sus responsabilidades y actúe siempre de buena fe con nuestras partes interesadas.



## En nuestro sector

# Utilizar los datos personales con respeto

Los datos personales es lo que impulsa muchas de nuestras herramientas digitales más punteras. Tenemos que procesar siempre los datos personales de forma segura, confidencial y con equidad para cumplir con la legislación aplicable y ganarnos la confianza de los consumidores.

“Recopilamos datos para ampliar nuestro negocio, pero solo usamos los que necesitamos.”

### 3 REGLAS QUE NOS GUÍAN

- Pregúntese siempre si los datos personales que está recopilando son necesarios para los fines que quiere conseguir y si los está utilizando para una finalidad comercial legítima.
- Sea transparente en su uso de los datos personales y, cuando proceda, obtenga el consentimiento de las personas.
- Verifique los procesos internos antes de compartir los datos personales de nuestros empleados, clientes o proveedores con terceros.

**P:** Estoy desarrollando la página web de una nueva marca con la ayuda de una agencia externa. La agencia se ha ofrecido a identificar e instalar por mí todas las cookies relevantes en la página web. No tengo que comprobar nada. Es perfecto, ¿no?

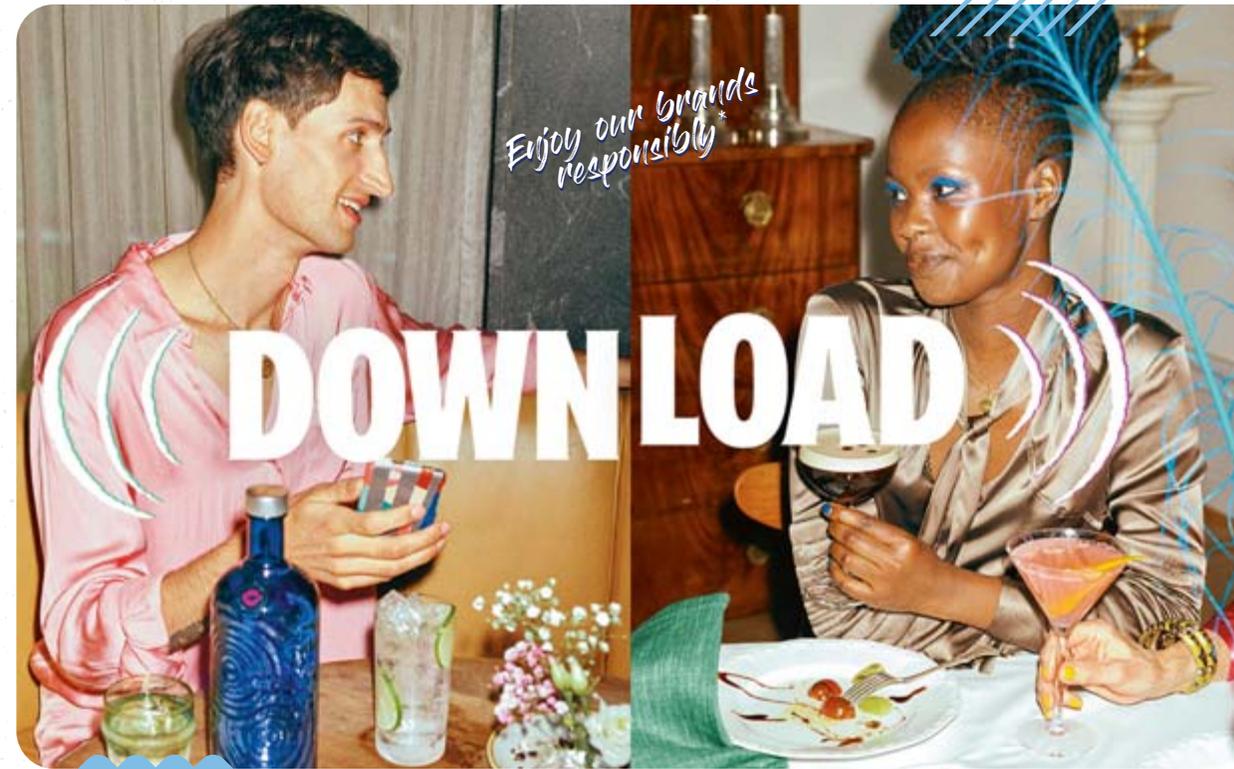
**R:** Siempre tiene que supervisar lo que nuestros proveedores de servicios nos proponen hacer, en nuestro nombre, con los datos personales (incluido el uso de cookies). Pernod Ricard debe ser siempre el que decida qué cookies se instalarán en nuestras páginas web y cómo se utilizarán. En caso de duda, contacte con su equipo Legal y/o su Delegado de Protección de Datos.

**P:** Estoy seleccionando a un nuevo miembro para mi equipo. He entrevistado a una candidata prometedora, pero he oído que tenía problemas de salud. ¿Puedo indicarlo en el informe que le enviaré a mi jefe/a ?

**R:** Algunos datos personales son muy sensibles y están sujetos a varias restricciones legales. Es el caso de los datos sobre salud. Debe abstenerse de recopilar estos datos sensibles a menos que forme parte de un proceso bien definido que haya sido examinado por el equipo Legal de su entidad.

**P:** Acabo de recibir una solicitud de acceso a los datos de un consumidor. No estoy en el equipo de atención al cliente. ¿Puedo simplemente ignorarlo?

**R:** Debe informar inmediatamente de ello al equipo Legal o Delegado de Protección de Datos de su entidad. Ellos se encargarán de que se gestione adecuadamente.



### ¡Nada es demasiado pequeño como para no actuar!

En caso de duda sobre los datos personales, consulte con su Responsable de Protección de Datos en Pernod Ricard (DPO) a través de la red de Privacy Champions del Grupo.

\*Disfrute de nuestras marcas con responsabilidad



En nuestro lugar de trabajo

## Ser amable y respetuoso

En Pernod Ricard, nos aseguramos de que todas las personas sean tratadas con respeto y dignidad. Forma parte de nuestro espíritu de “convivialité”. Por consiguiente, cualquier conducta ofensiva, incluido entre otros el acoso, está prohibida en nuestro lugar de trabajo y nuestro ámbito de influencia, y trataremos con la máxima seriedad los comportamientos que pudieran ser considerados intimidantes, humillantes u hostiles.

### 3 REGLAS QUE NOS GUÍAN

- › Trate a nuestros compañeros y socios comerciales de una manera educada y respetuosa.
- › Haga cumplir las políticas de lucha contra el acoso y la intimidación de Pernod Ricard denunciando cualquier conducta inapropiada.
- › Un comportamiento que no es aceptable en una reunión de negocios tampoco lo es en un evento social.

**?** P: Estamos sometidos a mucha presión. Mi jefa no para de llamarme por la noche o durante el fin de semana. Tiene una fijación especial por una de mis compañeras y critica su trabajo delante del equipo. Esta está a punto de sufrir una crisis nerviosa. ¿Cómo puedo ayudar a mi compañera?

R: Entendemos que se trabaje bajo presión, pero no toleramos el acoso ni la intimidación. Si cree, de buena fe, que se ha rebasado un límite, intente hablar con su jefa o directamente con RRHH, o utilice nuestra línea Speak Up para denunciarlo.

P: En un evento de trabajo, uno de mis compañeros actuó de manera inapropiada hacia mí. Cuando intenté pararle los pies, me dijo que era solo una broma y que a ver si “me relajaba un poco”. ¿Qué debo hacer al respecto?

R: El acoso sexual o de cualquier otro tipo es inaceptable, tanto en el trabajo como en un entorno social. Socializar no significa rebajar los estándares éticos. Debe denunciar la situación inmediatamente a su jefe, directamente a RRHH o a través de la línea Speak Up.



“Creamos un lugar de trabajo seguro para todos.”



### Convivialité en el trabajo

Creamos un entorno en el que todo el mundo se sienta seguro para traer aire fresco, intentar cosas nuevas y demostrar lo que puede aportar. Apreciamos las relaciones sencillas y directas que generan confianza, apoyo y colaboración.



En nuestro lugar de trabajo

# Valorar la diversidad y la inclusión

La diversidad prosperará y dará sus frutos si creamos una cultura inclusiva. Fomentamos la franqueza, la cooperación y una comunicación transparente. De este modo todos podemos sentirnos acogidos y ser realmente nosotros mismos en Pernod Ricard.

## 3 REGLAS QUE NOS GUÍAN

- Apoye el compromiso de Pernod Ricard con la diversidad y la inclusión, y fomente estos compromisos en sus relaciones con los proveedores, clientes y otros socios comerciales.
- Promueva la equidad y la igualdad de oportunidades en el empleo y promoción, basándose sólo en las calificaciones y competencias.
- Hable sin reservas cuando sea testigo de acciones y comportamientos que sean incoherentes con nuestros valores.



**P:** Un cliente se niega a hablar con una de mis compañeras de equipo. Ignora su presencia y se muestra despectivo con todo lo que dice. Creo de buena fe que todo tiene que ver con el origen étnico de mi compañera. ¿Qué debo hacer?

**R:** Queremos trabajar con personas que compartan nuestros valores y principios. Si alguno de sus clientes muestra presumiblemente un comportamiento racista, debe denunciarlo a su jefe, a RRHH o al equipo de Ética y Compliance.

**P:** A uno de mis compañeros le gusta provocar y a veces explica "chistes" de carácter sexual. A la gente le parece divertido, pero personalmente lo encuentro ofensivo. ¿Qué debo hacer?

**R:** Podemos aguantar una broma, pero en el lugar de trabajo los chistes ofensivos nunca son divertidos. Dígale a su compañero que se siente ofendida con sus bromas. Si no deja de hacerlo, informe a su jefe y a RRHH sobre la situación, o denúnciela en Speak Up.

“Creemos que la diversidad y la inclusión son la base de nuestro espíritu colectivo como *“Créateurs de Convivialité”*.”



## Vivir sin etiquetas

Si replicamos la diversidad de nuestra sociedad y nuestros clientes podremos potenciar la magia de las relaciones humanas, en la que las personas sean abiertas y acepten las diferencias para unimos, no para separarnos.



## En nuestro lugar de trabajo

# Crear un entorno de trabajo Seguro

La Política global de salud y seguridad de Pernod Ricard se sustenta en nuestra visión de “Créateurs de Convivialité”. Por lo tanto, el Grupo tiene el compromiso de desarrollar una cultura en la que todos tengan un papel que desempeñar y en la que los empleados se responsabilicen de su propia seguridad y la de sus compañeros de trabajo.

### 3 REGLAS QUE NOS GUÍAN

- Tome todas las precauciones necesarias para mantener un entorno de trabajo seguro y saludable.
- Asegúrese de que nuestras acciones no nos pongan en riesgo ni pongan en riesgo a los demás.
- Notifique los cuasi accidentes y las condiciones o comportamientos que no sean saludables o seguros.



**P:** Hay una cuestión de seguridad que me preocupa. Me temo que si saco el tema esto pueda causar una disminución de la producción. No quiero comprometer la actividad de nuestra empresa. ¿Qué debo hacer?

**R:** La salud y la seguridad son siempre lo primero. Debe notificar inmediatamente las inquietudes de salud y seguridad, aunque eso signifique una disminución de la producción, un retraso en la entrega o la pérdida de una oportunidad de negocio.

**P:** Estoy preocupado por un compañero que parece estar terriblemente estresado en este momento. Recientemente se ha retrasado en un par de entregas y no parece el mismo. ¿Cómo puedo asegurarme de que esté bien y al mismo tiempo velar por nuestra empresa?

**R:** Nos preocupamos por nuestros compañeros y su bienestar físico y mental. Las situaciones como esta deben gestionarse con suma delicadeza. Debe contactar con su jefe y con RRHH antes de tomar medidas.



*“Nos esforzamos por eliminar los accidentes laborales, peligros y enfermedades profesionales.”*



### Cuidamos unos de otros

Nuestra Política global de salud y seguridad se centra en desarrollar una cultura en la que la seguridad es el eje de la “convivialité”. Cuidar unos de otros hace que Pernod Ricard sea un lugar más seguro donde trabajar.



En nuestro lugar de trabajo

# Bring Good Times from a Good Place\*

Como “Créateurs de Convivialité”, creemos firmemente en el arte de compartir todo lo que hacemos. Tenemos el objetivo de trasladar “Buenos momentos desde un buen lugar” alimentando la tierra, valorando a las personas, ayudando a preservar los recursos naturales, luchando contra el abuso del consumo de alcohol y creando un valor compartido para todas nuestras partes interesadas. Nuestra hoja de ruta está integrada en todas nuestras actividades, desde el cereal hasta la copa.

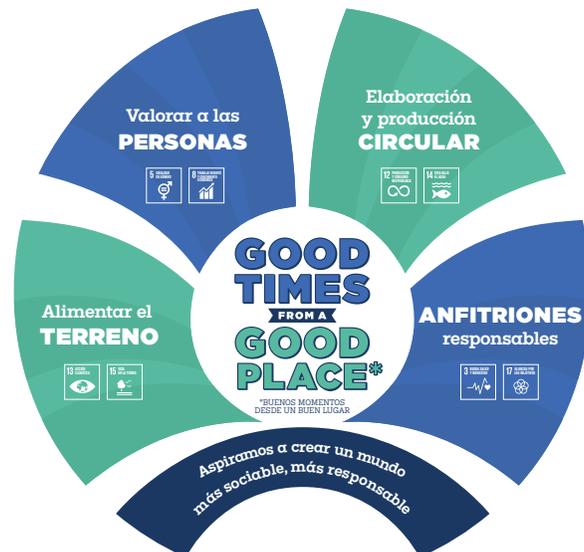
### 3 REGLAS QUE NOS GUÍAN

- Promueva nuestra hoja de ruta de Sostenibilidad y Responsabilidad 2030 (S&R) en todo momento.
- Nuestros productos proceden de la naturaleza y es nuestro deber ayudar a protegerla y regenerar los recursos naturales.
- Comparta la cordialidad, el cuidado y el respeto por las personas en todo momento, y actúe siempre de manera responsable en todos los momentos de “Convivialité”.



### Speak Up

La “Política de alerta o denuncia” de Pernod Ricard también ofrece la posibilidad de denunciar, de buena fe, cualquier posible vulneración de las prácticas medioambientales.



\*Brindar buenos momentos desde un buen lugar



Aspiramos a crear un mundo más hospitalario, un mundo sin excesos.



**P: Estoy en la fiesta de Navidad de la empresa. Algunos de mis compañeros ya se han bebido dos copas llenas en solo 10 minutos, ¿debo hacer algo?**

**R:** ¡Sí! Recuérdeles que vendemos las mejores marcas de la industria y que su sabor y calidad se disfrutan mejor (lentamente); animelos a moderar su consumo y a beber agua u otras bebidas no alcohólicas. Sobre todo, ¡asegúrese de que no conduzcan hasta su casa!

**P: He observado un vertido en el mar cerca de nuestra planta de producción y mi jefe/a no quiere hacer nada al respecto. ¿Qué debo hacer?**

**R:** Debe notificarlo al Grupo, ya que la hoja de ruta de S&R es una prioridad fundamental y debemos impedir cualquier infracción del derecho medioambiental. Utilice nuestra herramienta “Speak Up” para denunciar, de buena fe, cualquier posible vulneración de las prácticas medioambientales.



### Nuestro desempeño S&R

Pernod Ricard publica cada año su desempeño S&R (objetivos, acciones, KPI) y su contribución a los principios y Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas (ODS) en su Documento de Registro Universal.



Introducción

Cómo nos comportamos

En nuestra empresa

En nuestro sector

En nuestro lugar de trabajo

Cómo defendemos nuestro Código

# Cómo defendemos nuestro Código

Cómo



# Buscar ayuda y orientación

Animamos a todo el mundo a denunciar, hablar sin reservas y buscar ayuda y orientación sobre los temas abordados en nuestro Código. Debe sentirse cómodo haciendo una pregunta o denunciando de buena fe una preocupación a través de cualquier canal. Puede estar seguro de que su denuncia será tratada con seriedad y solucionada de la manera más rápida y confidencial posible.

## Utilice su buen criterio, pregúntese:



Si la respuesta a cualquiera de estas preguntas es “no” o si tiene dudas, busque asesoramiento.

## ¿Con quién puedo hablar?

- › Con mi jefe/a,
- › Con mi departamento Legal o el equipo de Ética y Compliance,
- › Con mi departamento de Recursos Humanos.



## Trabajar con el equipo de Ética y Compliance en Pernod Ricard

El equipo de Ética y Compliance colabora con todos los empleados de Pernod Ricard. Si se le plantea una cuestión dudosa en la que algo no le parece correcto y no encuentra la respuesta en el Código u otras políticas, consulte con el equipo para buscar ayuda.



## Speak Up

Pernod Ricard pone a disposición de sus empleados Speak Up: un canal seguro 24/7 de denuncia de casos de ética y cumplimiento para permitir a los empleados denunciar de buena fe cualquier infracción de este Código de Conducta de Negocio y cualquier conducta ilícita.



# Denunciar en SpeakUp

Cualquier persona que trabaje con nosotros, ya sea un empleado, un colaborador externo u ocasional (becarios, proveedores de servicios, etc.), así como nuestros clientes, proveedores e intermediarios pueden utilizar Speak Up para informar de una preocupación.

- Speak Up está a su disposición si su denuncia está hecha de buena fe y es lo más precisa posible para facilitar una verificación eficaz y operativa de las acusaciones planteadas.
- Speak Up puede recibir una amplia variedad de tipos de archivos (escritos, fotográficos, de audio).
- Speak Up está disponible 24/7 en prácticamente todas las lenguas.
- Todas las denuncias son seguras y estrictamente confidenciales.

Cualquier empleado que haga una denuncia de mala fe puede ser objeto de diligencias y sanciones disciplinarias por el Grupo.



[www.pernodricardspeakup.ethicspoint.com](http://www.pernodricardspeakup.ethicspoint.com)



Speak Up a través del teléfono local

## Confiar en Pernod Ricard

Pernod Ricard tiene una política de tolerancia cero con las represalias contra cualquier persona que haya denunciado una situación o apoyado una investigación de buena fe. Cualquier forma de represalia será tratada con la máxima seriedad y podrá dar lugar a sanciones disciplinarias y diligencias penales, conforme a la legislación local.

### ¿Qué sucede con su denuncia?

1

#### DENUNCIA

**PRESENTA** una denuncia y recibe una notificación

2

#### TRATAMIENTO DE LA DENUNCIA

**El Comité de Integridad** evalúa la gravedad y la credibilidad de su denuncia

3

#### CIERRE

¿Se pueden **tomar medidas** para poner fin a la infracción?

Sí

Se pueden **tomar medidas** para poner fin a la infracción

No

Se requieren **investigaciones adicionales**

- Se puede confiar una investigación a las personas adecuadas a nivel regional o de filial, con la ayuda de auditores externos, investigadores y/o asesores jurídicos
- Los investigadores pueden hacerle preguntas a través de Speak Up
- Las conclusiones de la investigación se remiten al Comité de Integridad, que validará los resultados propuestos por los investigadores

Se pueden **tomar medidas** para poner fin a la infracción

•• RESPUESTA ENVIADA AL DENUNCIANTE ••



# Promover nuestro Código

## Como empleados de Pernod Ricard

### › Esté bien informado

- › Lea atentamente el Código de Conducta de Negocio y cualquier otra política de la empresa relacionada con sus responsabilidades laborales.
- › Entienda cómo aplicar este Código y las demás políticas de la empresa a su trabajo.
- › Haga preguntas.

### › Sea responsable

- › Entienda sus responsabilidades recibiendo formación.
- › Denuncie y plantee sus inquietudes sin temor a represalias.

### › Respete nuestro Código

- › Las infracciones de la ley, este Código o cualquier otra política de la empresa pueden derivar en acciones disciplinarias e incluso en el despido.

## Como director de Pernod Ricard

### › Predique con el ejemplo

- › Anime a su equipo a cumplir este Código.
- › Favorezca y mantenga una cultura de integridad.

### › Establezca las pautas

- › Hable abiertamente de la importancia de la ética y la integridad en los negocios.
- › Escuche sin emitir ningún juicio cuando un empleado formule una pregunta o plantee una inquietud relativa a una posible conducta impropia.

### › Denuncie las malas prácticas

- › Denuncie cualquier conducta impropia de la que tenga conocimiento.





# ¿Quiere saber más?



Available on MyPortal

## Cómo nos comportamos en nuestra empresa

- Política antisobornos / *Anti-bribery Policy*
- Pautas para las acciones de presión / *Lobbying guidelines*
- Procedimiento global de comprobación / *Global Due Diligence Procedure*
- Plantillas de la cláusula de cumplimiento / *Compliance clause templates*
- Normas para proveedores / *Supplier Standards*

## Cómo nos comportamos en nuestro sector

- Código de Comunicaciones Comerciales / *Code for Commercial Communications*
- Política global de consumo responsable / *Global Responsible Drinking Policy*
- Política sobre leyes de competencia / *Competition Law Policy*
- Política de lucha contra el blanqueo de capitales / *Anti-Money Laundering Policy*
- Política fiscal / *Tax Policy*
- Código de conducta para la prevención de la mala praxis interna / *Code of Conduct for the Prevention of Insider Misconduct*
- Política de privacidad de datos / *Data Privacy Policy*
- 10 Reglas de Oro de la propiedad intelectual / *Intellectual Property 10 Golden Rules*
- Política aceptable de activos IT / *IT Assets Acceptable Policy*

## Cómo nos comportamos en nuestro lugar de trabajo

- Política medioambiental global / *Global Environmental Policy*
- Política global de derechos humanos / *Global Human Rights Policy*
- Política global de salud y seguridad / *Global Health & Safety Policy*
- Hoja de ruta de S&R 2030 / *2030 S&R Roadmap*

## Speak Up y denuncia

- Política de denuncia / *Whistleblowing Policy*
- Guía sobre Speak Up / *Speak Up Guide*



\*Disfrute de nuestras marcas con responsabilidad

Créditos fotográficos: Viviane Sassen, Antoine Doyen, Alex Delamadeleine,  
Natalia Melnychuk, Mirjam, Yark Bougmelo, Alexis Anice,  
Alessandro Biascioli, Maksym Fesenko, Fx Watine/WebStyle Story, Emotiv,  
Les petits fabricants, Monkey Business Images, iStock, Shutterstock,  
Mediateca de Pernod Ricard

Equipo de Ética y Compliance de Pernod Ricard



5 cours Paul Ricard 75008 París



Publicado en junio de 2022

