

Código de conducta

Sostenible
Responsable
Honestidad
Integridad
Confianza
Respeto

Índice

Introducción

Alison Cooper

Sección 1

Integridad empresarial

Sección 2

Práctica comercial responsable

Sección 3

Confianza, respeto y responsabilidad

Sección 4

Administración del Código de Conducta

Sección 5

Recursos



Índice

Introducción

Lo que debes saber acerca del Código de Conducta de Imperial Tobacco 6

Integridad empresarial

1. Comercio legal 13
2. Blanqueo de dinero 18
3. Competencia y antimonopolio 21
4. Contra el soborno y la corrupción 29
5. Obsequios y actividades de ocio 35
6. Abastecimiento responsable y asociaciones de proveedores 43
7. Compromiso y donaciones políticas 46
8. Aduanas e impuestos 48
9. Sanciones internacionales y restricciones comerciales 52

Práctica comercial responsable

1. Exactitud en la contabilidad, mantenimiento de registros financieros y notificaciones 57
2. Uso de la propiedad, activos y recursos de la Empresa 60
3. Propiedad intelectual 63
4. Publicidad y marketing responsable 65
5. Elevados criterios con respecto a los productos y procesos comerciales 68
6. Privacidad de la información (Protección de datos) 70

7. Comunicaciones electrónicas 72
8. Gestión de la información 75
9. Información confidencial 79
10. Conflictos de interés 80
11. Negociación con información interna 82
12. Comunicaciones externas 84

Trust, respect and responsibility

1. Discriminación y acoso 89
2. Un entorno de trabajo saludable y seguro 92
3. Responsabilidades medioambientales 94
4. Derechos Humanos 96
5. Participación de la comunidad y aportaciones benéficas 99

Administración del Código de Conducta 103

Recursos 110





Nuestro Código de Conducta

La gestión honesta e íntegra de
nuestro negocio garantizará nuestra
sostenibilidad



Estimado Compañero

Nuestro Código de Conducta es el texto que recoge las normas de comportamiento responsable de la Compañía y espero que todos nuestros empleados cumplan en todos y cada uno de los centros de Imperial Tobacco.

La práctica empresarial responsable no es algo nuevo para nosotros. Nuestra forma de actuar ha sido fundamental a la hora de crear nuestra reputación global tanto como socio, como empleador responsable. No obstante, nos movemos en un entorno cada vez más desafiante, que unido a nuestra mayor dimensión internacional, nos expone a unos mayores estándares de vigilancia.

Por todo ello, nunca ha sido tan importante para nosotros garantizar que todas nuestras actividades se desarrollen con el máximo nivel de integridad.

Nuestro Código de Conducta es una herramienta fundamental para garantizar la sostenibilidad a largo plazo. Tu compromiso personal y colectivo respecto a las normas establecidas en nuestro Código es crucial para cumplir con nuestro objetivo de crecimiento sostenible de nuestras ventas.

El Código de Conducta revisado aglutina un gran número de las prácticas y políticas vigentes durante mucho tiempo en nuestro grupo. A lo largo de todo el documento hay referencias a las Políticas de Grupo y se identifica a los contactos para obtener mayor orientación, ayuda y asesoría.

Es necesario que todos leamos el Código a fondo con el fin de garantizar que entendemos claramente lo que se espera de nosotros y participemos de los comportamientos definidos en todas nuestras actividades diarias.

Aunque nuestro producto puede considerarse controvertido por algunas personas, no puede ocurrir lo mismo con nuestras actividades comerciales. Mantener nuestro éxito depende de unas normas de conducta y comportamiento con altos estándares, que conforman la base de nuestra reputación y nos permiten seguir ofreciendo un crecimiento sostenible de las ventas.

Alison Cooper
Consejera Delegada

Lo que debes saber acerca del Código de Conducta de Imperial Tobacco

¿Qué es nuestro Código de Conducta?

Nuestro Código de Conducta es un documento que resume las diversas prácticas y políticas que han estado vigentes durante mucho tiempo en nuestra Compañía y que están relacionadas con el comportamiento de las personas y de la empresa.

El Código de Conducta establece las normas de comportamiento responsable que todos los empleados de Imperial Tobacco Group deben cumplir y ofrece una guía práctica sobre cómo han de gestionarse las cuestiones éticas y legales importantes.

El Código de Conducta está diseñado para que todas las personas estén a la altura de estos comportamientos.

¿Quién debería cumplir nuestro Código de Conducta?

El Código afecta a todos los empleados pertenecientes a Imperial Tobacco Group, independientemente de su función, localización o emplazamiento e incluye a todos los negocios que operan bajo un nombre comercial diferente. Siempre debemos cumplir las normas y comportamientos establecidos en el Código de Conducta.

Además, todos los agentes, contratistas, consultores y distribuidores externos empleados por nuestra empresa deben trabajar también según las normas y comportamientos detallados en el Código cuando desarrollen actividades comerciales en nuestro nombre.

¿Por qué tiene importancia el Código de Conducta?

Debido a la complejidad de nuestro entorno, que cada vez presenta mayores desafíos, y al incremento de nuestro tamaño, estamos sujetos a unos niveles de vigilancia cada vez más elevados. Debemos garantizar que todas nuestras actividades se desarrollan con la máxima integridad. El Código de Conducta es fundamental para la evolución de nuestra sostenibilidad a largo plazo y para cumplir nuestra estrategia de crecimiento de ventas.

El Código de Conducta es un elemento clave de nuestra política de control interno para garantizar que disponemos de los controles apropiados para apoyar a los empleados cuando cumplen las obligaciones de sus puestos, en el desarrollo de las actividades comerciales, en nombre de Imperial Tobacco. Nuestro marco de control interno está disponible en diversos documentos, entre ellos el Código de Conducta.

El diagrama de abajo muestra los documentos que definen nuestro marco de control interno y la relación entre ellos. La Intranet ofrece más información.



¿Contiene el Código todo lo que debo saber?

El Código de Conducta ofrece información en la que se resaltan algunas leyes internacionales, sanciones comerciales y reglamentos que son relevantes para nuestra actividad comercial. No puede describir todas las leyes, políticas, procesos o situaciones que pueden encontrarse.

Al final de cada cuestión tratada en el Código, hay referencias a las Políticas de Grupo y se indica la localización de otro tipo de materiales de estas características. Además, se incluye información sobre las personas a quienes se puede solicitar ayuda y asesoría.

Estos compañeros tienen mucha experiencia y conocimientos sobre diversas cuestiones, por lo que su asesoría puede ayudarte a adoptar una decisión fundamentada y correcta.

¿Qué puedo hacer si tengo una consulta o una inquietud?

El Código de Conducta no puede describir todas las situaciones que pueden producirse. Si no estás seguro, existen varios modos de buscar ayuda y asesoría.

Si te preocupan las decisiones que tienes que tomar en una situación determinada, puede ayudarte preguntarte a ti mismo:

- ¿Es legal?
- ¿Es ético?
- ¿Está en línea con el Código de Conducta de Imperial Tobacco?
- ¿Estoy dando un buen ejemplo?
- ¿Me sentiré cómodo explicando mis acciones a mis compañeros, familia y amigos?
- ¿Me sentiré cómodo o Imperial Tobacco se sentirá cómodo si otros conocen mis acciones por los medios de comunicación?
- ¿He consultado a mis compañeros que conocen la cuestión para que me ayuden a tomar una decisión fundamentada?

Si te preocupan las medidas adoptadas por un compañero, puede ser que hablando simplemente con esa persona puedas resolver la situación. En caso contrario, deberías compartir esa preocupación con tu director de Recursos Humanos.

¿Qué sucede con la función de los directores y supervisores?

Todos debemos desempeñar una función en la creación de un entorno de trabajo que promueva la integridad, el trabajo en equipo y la confianza.

Mediante el trabajo con los directores de Departamento, los directores regionales y otros directores ejecutivos en toda la empresa, nuestro departamento de Integridad Comercial es el responsable de fomentar un buen comportamiento corporativo e individual en el Grupo.

Aquellos que gestionan o supervisan a otras personas tienen otras responsabilidades:

- Garantizar que el Código de Conducta se entrega, explica y comprende por parte de los empleados, incluyendo a los nuevos trabajadores temporales o con contrato;
- Ofrecer orientación que describa el cumplimiento de las normas y comportamientos establecidos en el Código de Conducta de los que gestionan;
- Utilizar el ejemplo personal para promover las normas y comportamientos detallados en el Código de Conducta;
- Garantizar que los miembros del equipo reciben una formación y orientación apropiada para permitirles cumplir el Código de Conducta;
- Escuchar las preocupaciones y apoyar a aquellos que manifiesten esas preocupaciones.

¿Qué sucede con las diferentes leyes y reglamentos que existen en los diferentes mercados?

Los requerimientos de nuestro Código de Conducta deben prevalecer salvo en los casos en los que las normas definidas en nuestro Código de Conducta entren en conflicto con una ley local específica. Solamente en estas circunstancias excepcionales, cuando una ley local dicte una norma más estricta que nuestro Código de Conducta, la ley local deberá aplicarse.

Si no estás seguro respecto a cuál es la ley que se aplica o si crees que existe un conflicto entre leyes diferentes, deberás contactar con el Área Jurídica del Grupo antes de continuar.

¿Como se investigarán mis preocupaciones?

En caso de que, honestamente y de buena fe, notifiques un comportamiento erróneo aparente, tendrás el apoyo de la Empresa.

Hemos desarrollado procedimientos para investigar y gestionar infracciones potenciales del Código de Conducta a efectos de garantizar la consistencia del proceso en nuestro negocio. Todas las investigaciones iniciadas se tramitarán exhaustiva y equitativamente, cumpliendo el Código de Conducta de la Empresa, los requerimientos legales locales y de acuerdo con los Derechos Humanos del empleado. Estos se detallan en la Sección 4 , Administración del Código de Conducta.

Cualquiera que sospeche que se ha infringido la ley o que se ha producido una infracción de nuestro Código de Conducta debería compartir su preocupación; en primer lugar con su director de Recursos Humanos, quien le ayudará a establecer una visión equilibrada e imparcial respecto a la importancia de esa preocupación.

Cumplimiento de nuestro Código de Conducta

Todos los empleados de Imperial Tobacco deben cumplir las normas establecidas en este Código. Cuando se produzca una infracción del Código de Conducta, se adoptará una medida disciplinaria que podría incluir hasta el despido.



Integridad empresarial

El desarrollo de las actividades comerciales con integridad servirá de apoyo al crecimiento sostenible de nuestro negocio.

Estamos comprometidos a comportarnos honesta, equitativa y legalmente con todos los que tenemos relaciones empresariales.

Esta sección incluye:

Página

1. Comercio legal	13
2. Blanqueo de dinero	18
3. Competencia y antimonopolio	21
4. Contra el soborno y la corrupción	29
5. Obsequios y actividades de ocio	35
6. Abastecimiento responsable y asociaciones de proveedores	43
7. Compromiso y donaciones políticas	46
8. Aduanas e impuestos	48
9. Sanciones internacionales y restricciones comerciales	52

1. Comercio legal

La prevención y eliminación del contrabando y falsificación del tabaco es una de nuestras principales prioridades comerciales. Nunca debemos vernos comprometidos o facilitar las actividades comerciales ilícitas.

Debemos garantizar que sólo llevamos a cabo actividades comerciales con empresas y personas con buena reputación. Debemos trabajar con gobiernos, organismos reguladores y autoridades legales para evitar el comercio ilegal de nuestros productos.

El comercio ilegal de productos de tabaco tiene un efecto pernicioso sobre nuestra empresa. Es contrario a nuestros intereses comerciales y perjudica a nuestra reputación comercial y a nuestras marcas. Reduce los mercados legítimos en los que trabajamos para competir por cuota de mercado. Priva a los gobiernos de ingresos y alienta a los consumidores a comprar productos de tabaco de orígenes no regulados. Además, perjudica las normativas que regulan el sector legítimo del tabaco y puede estar relacionado con otras actividades delictivas graves como el blanqueo de dinero o el tráfico de drogas.

Entre los productos de comercio ilícito se incluyen:

Contrabando de productos legítimos comprados sobre una base de impuesto pagado o libre de impuestos y que son objeto de contrabando y venta ilegal en otros mercados, contraviniendo las leyes fiscales o aduaneras. Estos productos se conocen como “productos del mercado negro”.

Falsificación de productos que copian ilegalmente marcas existentes que se producen o venden infringiendo los derechos de marca, y que a menudo son objeto de contrabando en otros mercados para venderse sin el pago de los impuestos correspondientes.

Cigarrillos “cheap whites” producidos por pequeños fabricantes (que pagan unos impuestos mínimos en el punto de fabricación), que se pasan de contrabando y se venden ilegalmente en otros mercados.

Nuestra *Política de Suministro del Producto* establece claramente que sólo suministraremos productos aprobados por los clientes y mercados, de acuerdo con los requisitos reglamentarios y legislativos del mercado de destino.

Debemos:

- Suministrar sólo productos en cantidades proporcionales ajustadas al consumo doméstico en el mercado de destino y de acuerdo con los requisitos autorizados del consumidor que viaja.
- Garantizar que existen y están en regla los contratos escritos, legalmente vinculantes para cubrir todas las relaciones con los clientes, distribuidores, agentes y otros terceros.
- Investigar exhaustivamente todas las incidencias de extravío del producto y tomar las medidas correspondientes para mitigar el riesgo de extravío adicional.
- Intentar garantizar que nuestros clientes comparten nuestras normas de integridad y que son conscientes de los elementos relevantes de nuestro Código de Conducta.
- Garantizar que los clientes, distribuidores, agentes y otros terceros han sido evaluados adecuadamente por el área de Seguridad y Gestión de Riesgos del Grupo antes de que les vendamos un producto.
- Notificar cualquier sospecha respecto al comercio ilícito de productos de tabaco a un supervisor, director, al Director de Servicios al Cliente o al área de Seguridad y Gestión de Riesgos del Grupo, recopilando tanta información como sea posible antes de hacerlo, aunque sin comprometer ni su propia seguridad ni la seguridad de otras terceras personas
- Garantizar que cualquier propuesta para suspender y/o finalizar la provisión de productos a nuestros clientes a causa de actividades de comercio ilícitas se notifica a Integridad Comercial y al área Jurídica de Grupo; y
- Revisar anualmente todos los datos de los clientes.

No debemos:

- Exponernos a un riesgo o peligro personal cuando recopilemos o notifiquemos incidencias sospechosas de actividades comerciales ilícitas.
- Continuar desarrollando actividades comerciales con clientes que se considere están implicados, deliberada o imprudentemente, en actividades comerciales ilícitas.
- Ignorar u obviar deliberadamente cualquier sospecha respecto a la implicación de un cliente o proveedor en el extravío de nuestros productos en la cadena legítima de suministro.

Preguntas y respuestas:

P: *Estamos considerando la entrada en un nuevo mercado o el nombramiento de un distribuidor, agente o licenciatario. ¿Cuáles son las consideraciones que deberíamos incluir en nuestra planificación para proteger a la Empresa del comercio ilícito?*

R: Debes seguir el proceso de Gestión de Riesgo de Mercado ya que este proceso guiará tus acciones y te protegerá a ti y a la Empresa ante el riesgo de extravío de producto.

P: *En los últimos meses, un cliente ha aumentado sustancialmente sus pedidos mensuales habituales, mientras que otro ha realizado un pedido extraordinario para satisfacer un gran aumento en volumen. ¿Qué deberías hacer?*

R: Los pedidos de un cliente respecto al producto pueden aumentar o descender a lo largo del tiempo, pero tienes que controlar, de forma continuada, el suministro de nuestro producto a clientes nuevos y existentes con el fin de garantizar el cumplimiento de nuestra Política de Suministro de Producto.

Los aumentos de volumen repentinos e inexplicables en el pedido de un cliente o los cambios en las pautas de pedido habituales deben investigarse. Pregunta a tus compañeros si tienen información para compartir que pueda ayudarte a explicar el aumento de volumen. Posteriormente, debes contactar con el área de Seguridad y Gestión de Riesgos del Grupo, que te ayudarán en el proceso de investigación del asunto.

P: *Un cliente me ha dicho que recibió una oferta de una cantidad de nuestro producto a unos precios muy reducidos. Cuando preguntó al proveedor de dónde procedía el inventario, el proveedor le contestó que de una producción no autorizada. Mi cliente no realizó ninguna compra ya que era ilegal. ¿Qué debería hacer con esta información?*

R: Debe contactar inmediatamente con el área de Seguridad y Gestión de Riesgos del Grupo y facilitarle toda la información posible para que puedan investigar completamente el asunto.

Preguntas y respuestas:

- P:** *Soy un representante de ventas y hoy, cuando estaba en el mostrador de un minorista, me he dado cuenta de que el cliente tenía algunos cartones de nuestro producto bajo el mostrador. Al fijarme, he visto que los cartones eran diferentes de los que vendemos. ¿Debería haberle preguntado al cliente acerca de esta cuestión?*
- R:** Nunca debes arriesgarte y aproximarte directamente a un cliente con estas sospechas, a menos que te sientas seguro al hacerlo. Deberías facilitar toda la información posible al área de Seguridad y Gestión de Riesgos del Grupo, que es donde están formados adecuadamente y si fuera necesario, investigarán el asunto.
- P:** *Soy el gestor de muchas de nuestras cuentas de mercados mayoristas. La mayoría de clientes minoristas han disfrutado de volúmenes de venta estáticos o un crecimiento de entre el 3 y el 5 por ciento anual. Una cuenta, sin embargo, parece haber logrado un éxito bastante extraordinario y en los últimos tres años se ha beneficiado de un volumen de crecimiento del 25 por ciento cada año. No puedo entender o explicar este aumento. ¿Hay algo que debería hacer o simplemente debería beneficiarme de las ventas adicionales?*
- R:** Puede haber una razón perfectamente legítima para el aumento de las ventas de tu cliente; analízalo con tu superior inmediato en primera instancia. Si sigues preocupado, deberías analizar el asunto con el área de Seguridad y Gestión de Riesgos del Grupo, que realizará varias comprobaciones para establecer que todo esté en orden. Pregunta a tus compañeros si tienen alguna información para compartir que pueda servirte de ayuda.

¿Necesitas más información?

Consulta las siguientes Políticas de Grupo disponibles en la Intranet:

- [Suministro de Producto.](#)
- [Patentes y Marcas Comerciales.](#)

Además, consulta el proceso de [Gestión de Riesgo de Mercado](#), disponible en la Intranet.

Necesitas asesoría, orientación o ayuda?

Consulta a:

- Tu superior inmediato.
- Área de Seguridad y Gestión de Riesgos del Grupo.
- Director de Riesgo de Mercado.
- Área Jurídica del Grupo.

Si estás preocupado por un asunto serio y cierto que crees no poder resolver a través de los canales normales, tal y como se describe en el apartado de Administración del Código de Conducta al final de este documento, debes utilizar nuestra Política de denuncia de irregularidades (*Whistleblowing*).

2. Blanqueo de dinero

Nunca debemos implicarnos o facilitar el blanqueo de dinero.

El blanqueo de dinero es el proceso por el que los fondos obtenidos a través de actividades delictivas pasan a tener apariencia legítima. Se trata de una actividad delictiva grave. Debido a que el contrabando y el blanqueo de dinero están íntimamente relacionados con los delitos, las autoridades legales están aumentando sus esfuerzos por controlar el comercio ilegal de productos de tabaco.

Debemos garantizar que nuestros productos no pueden utilizarse para actividades de blanqueo de dinero o para ocultar los ingresos de actividades delictivas.

Todos los mercados deben disponer de procedimientos definidos, tal y como establece nuestra *Política de Suministro de Producto*, para verificar la identidad y el funcionamiento legítimo de sus clientes. Además, todos los mercados deben mantener procesos detallados que eviten la aceptación de cualquier pago potencialmente sospechoso.

Debemos:

- Aceptar solamente pagos de los clientes, distribuidores y otras empresas o personas con los que realicemos actividades comerciales habitualmente y con los que hayamos llevado a cabo un completo y adecuado proceso de debida diligencia y verificación (incluyendo comprobaciones financieras).
- Informar inmediatamente de cualquier preocupación al área de Integridad Comercial, por ejemplo, tras haber escuchado un rumor que sugiera que un cliente esté implicado o pueda estar implicado en actividades comerciales ilícitas.
- Tener mucho cuidado en todas las circunstancias que sugieran que puedan estar desarrollándose operaciones financieras inadecuadas. Algunos ejemplos de estas actividades son:
 - un cliente que no facilite información general, personal o comercial;
 - un cliente que desee pagar mediante grandes cantidades en efectivo;
 - un cliente que no parezca preocupado por el precio u otros términos o condiciones de compra;
 - un cliente o proveedor que desee recibir el pago en una cuenta bancaria de un país diferente a su país de residencia o domicilio social.

No debemos:

- Aceptar efectivo o equivalente a efectivo que proceda o pudiera proceder de los ingresos de una actividad delictiva;
- ignorar de forma deliberada o imprudente ninguna “alerta roja” que indique que puedan estar teniendo lugar operaciones financieras inadecuadas.

Preguntas y respuestas:

P: *Tengo un cliente con el que he trabajado durante muchos años sin problemas ni preocupaciones. Recientemente solicité al cliente que me ofreciera información actualizada, pero se ha mostrado reacio a mi solicitud. ¿Debería estar preocupado?*

R: Sí, deberías estar preocupado. Todos debemos mantener actualizados los datos de los clientes para garantizar que la Empresa no interviene en actividades ilegales. Debes informar a tus compañeros de las áreas locales Jurídica y Financiera, en caso de que no puedas confirmar los datos del cliente anualmente.

P: *Uno de nuestros clientes ha preguntado si puede pagar su factura mediante una cuenta bancaria diferente y en ocasiones mediante una combinación de efectivo y cheques. ¿Es esto correcto?*

R: No. Deberías tener bastante cuidado ante solicitudes de este tipo, ya que una solicitud poco habitual de tu cliente podría indicar una actividad de blanqueo de dinero. Analiza esta cuestión con tu superior inmediato o abogado local antes de responder al cliente.

P: *Un cliente de muchos años ha solicitado pagar su factura a través de un banco situado en otro país. ¿Esta esto bien?*

R: Si existe una razón justificable y circunstancias especiales que nos permitieran aceptar dicha solicitud, por ejemplo, si el cliente opera a escala internacional y ha trasladado su centro de pagos a otro país, entonces, pueden acordarse condiciones particulares para este cliente. Deberías obtener, como mínimo, garantías claras y escritas sobre las razones de tu cliente para el cambio del proceso, que deberías conservar de forma segura. No obstante, en la mayoría de circunstancias, debemos garantizar que las facturas se pagan desde el país de origen. Si sospechas que tu cliente tiene un nuevo cliente propio, busca el consejo de tu superior inmediato.

¿Necesitas más información?

Consulta las siguientes Políticas de Grupo disponibles en la Intranet:

- [Suministro de Producto.](#)
- [Gestión de Riesgo de Crédito.](#)
- [Gobierno Corporativo.](#)
- [Desarrollo Comercial.](#)

Además, consulta nuestra Guía de Notas contra el soborno y la corrupción y el proceso de [Gestión de Riesgo de Mercado](#) publicado en la sección del área Legal de la Intranet.

Necesitas asesoría, orientación o ayuda?

Consulta a:

- Tu superior inmediato.
- Gestión de Riesgo de Mercado.
- Cumplimiento de Grupo.
- Área Jurídica del Grupo.

Si estás preocupado por un asunto serio y cierto que crees no poder resolver a través de los canales normales, tal y como se describe en el apartado de Administración del Código de Conducta al final de este documento, debes utilizar nuestra Política de denuncia de irregularidades (*Whistleblowing*).

3. Competencia y antimonopolio

Imperial Tobacco está comprometida a competir equitativa y honestamente con el resto de empresas del sector, y, en este sentido, debemos cumplir las leyes antimonopolio y de competencia que afectan a nuestra actividad comercial.

Los principios generales establecidos en este apartado solamente se presentan a efectos orientativos. Las leyes que regulan la competencia que afectan a un mercado prevalecen. En este sentido, todos debemos conocer las leyes de competencia que existen en nuestro mercado local.

Justa competencia

La mayoría de países dispone de leyes de competencia y, dependiendo de nuestra localización, las leyes que nos afectan pueden variar. Las leyes de competencia están diseñadas para fomentar un mercado libre y para proteger a los consumidores y a las empresas. Estas leyes también regulan nuestras operaciones con los competidores, clientes, distribuidores y otros terceros, así como nuestros comportamientos en las zonas donde tengamos una cuota de mercado sustancial.

La infracción de las leyes de competencia puede provocar sanciones elevadas, litigios con los grupos que se hayan visto afectados negativamente y también puede perjudicar la reputación y el precio de las acciones de la Empresa.

Además, las personas que se demuestre han intervenido en los tipos de actividades más graves contra la competencia, pueden ser objeto de penas de prisión.

Acuerdos/Contacto con los competidores

Las leyes de competencia en todo el mundo prohíben ciertos tipos de acuerdos, o la búsqueda de estos acuerdos con los competidores, ya que suponen el mayor riesgo potencial de competencia. Como resultado, las autoridades de competencia suelen considerar como sospechoso cualquier acuerdo entre competidores. Como Empresa responsable, debemos trabajar y competir independientemente del resto de empresas. Esto debe quedar claro en todas nuestras operaciones.

En virtud de todas las leyes aplicables, no debemos:

- Fijar o indicar, ya sea directa o indirectamente, la intención de acordar precios, descuentos u otros términos comerciales de negociación con los competidores, incluyendo el establecimiento de precios mínimos o máximos, estabilizando, alterando o coordinando los precios.
- Acordar con los competidores la calidad o la cantidad de los productos a producir o suministrar en un mercado o grupo de clientes específicos.
- Implicarnos en cualquier forma de licitaciones fraudulentas.
- Acordar con los competidores un boicot a un proveedor, cliente o distribuidor.
- Acordar con los competidores la división de mercados, clientes o categorías de producto.
- Analizar o intercambiar información comercialmente sensible con los competidores, incluyendo la información de cliente y producto.

Es probable que las comunicaciones o acuerdos realizados a través de un intermediario o un tercero, ya sean formales o informales, como los detallados anteriormente, también sean ilegales.

Asociaciones comerciales

Una reunión de una asociación comercial del tabaco con los competidores puede ser un foro adecuado para analizar y considerar cuestiones del sector, como los asuntos reglamentarios o medidas para combatir el comercio ilegal. No obstante, las reuniones de las asociaciones comerciales no pueden utilizarse como un foro para analizar o intercambiar ningún tipo de información comercial o delicada.

Los acuerdos anticompetencia también pueden materializarse cuando se gestionan relaciones con terceros, por ejemplo, clientes o distribuidores.

En virtud de las leyes aplicables, no debemos:

- Imponer o acordar precios de reventa fijos o mínimos con los clientes o distribuidores, o dictar su margen de beneficios o el nivel máximo de descuento que pueden ofrecer.
- Restringir los territorios o los grupos de cliente en los que nuestros clientes o distribuidores pueden revender nuestros productos sin justificación adecuada y convincente.

Monopolio o abuso de una posición de mercado dominante

En muchos países, algunas normas pueden exigirnos que en caso de disponer de una posición dominante en dicho mercado, no abusemos de dicha posición. En estos entornos, podemos establecer limitaciones en nuestra capacidad para actuar de cierto modo. En particular, aunque deberemos continuar compitiendo activamente por la Empresa, debemos asegurarnos que nuestras actividades no distorsionen la competencia de forma injusta, por ejemplo, echando o evitando la entrada de los competidores del mercado.

Es importante buscar asesoría legal en situaciones en las que dispongamos de una cuota de mercado significativa y exista una previsión razonable de que cualquier actividad propuesta pudiera hipotecar la situación de los competidores del mercado. Actividades como los programas de descuento, promocionales o comerciales que puedan parecer beneficiosos o inofensivos en un principio, deben considerarse atentamente para garantizar que no perjudican a la competencia a largo plazo o realizan una discriminación injusta entre los clientes.

Se espera que todos:

- Busquemos asesoría legal en situaciones de poder en el mercado, en caso de que cualquier programa de descuento, promocional o comercial, u otras actividades, puedan provocar un abuso de una posición dominante. Esto incluye:
 - Agrupación o vinculación de diferentes productos y servicios conjuntamente.
 - Uso de descuentos o incentivos excesivamente agresivos, diseñados para expulsar a los competidores.
 - Discriminar de forma injusta entre clientes, por ejemplo, cargando precios diferentes a clientes situados similarmente, sin que exista una justificación objetiva.
 - Limitación de la producción para perjudicar a los clientes.
 - Rechazo a suministrar a clientes nuevos o existentes sin que haya una justificación objetiva.

Recopilación de información

La recopilación, análisis y uso de los datos e información de mercado es una herramienta competitiva legítima. No obstante, debemos tener cuidado cuando recopilamos información acerca de nuestros competidores. Entre las fuentes de información legítimas se incluyen: los medios de comunicación, Internet y la página web de las empresas, encuestas reputadas del sector, informes anuales, discursos públicos de los ejecutivos de la empresa, archivos disponibles públicamente presentados ante organismos públicos, recogida de datos en el punto de venta mediante el uso de equipo electrónico suministrado por la Empresa, por ejemplo Siebel, y charlas con los clientes, aunque sin el objetivo específico de obtener información confidencial.

Debemos:

- Comprender qué tipo de información competitiva podemos recopilar y cómo podemos utilizarla.
- Garantizar que nuestra propia información competitiva no se revela, ya sea directa o indirectamente a los competidores.

En virtud de leyes aplicables, no debemos:

- Intentar obtener acceso a información relativa a la actividad comercial de un competidor mediante métodos ilegales o inadecuados, incluyendo:
 - el desarrollo de espionaje industrial o vigilancia oculta para acceder a información que esté disponible públicamente;
 - la contratación de empleados de la competencia con el fin de obtener información confidencial o información importante desde el punto de vista comercial;
 - la aproximación a los clientes o empleados de la competencia para obtener información confidencial.
- Adoptar métodos para obtener información que puedan considerarse inadecuados o ilegales.
- Aceptar, revelar o utilizar información que sepamos o tengamos razones para creer que se reveló de forma confidencial a nuestra empresa, infringiendo una obligación general de confidencialidad o contrato de confidencialidad entre un tercero y uno de nuestros competidores. Por ejemplo, información acerca de la propuesta de un competidor cuando estemos inmersos en un proceso de negociación.

Preguntas y respuestas:

- P:** *En un encuentro local de la asociación de comerciantes del mercado de tabaco, un representante de un competidor dijo “los márgenes de beneficio son demasiado bajos y necesitamos hacer algo para mejorar esta cuestión”. Otro competidor contestó “los descuentos del minorista tienen que retirarse”. En los siguientes días, los precios empezaron a aumentar en los puntos de venta y supe que los descuentos de los minoristas habían sido reducidos. ¿Fue incorrecta esta conversación?*
- R:** Sí. Dichas conversaciones no deben tener lugar puesto que una autoridad que estuviese investigando podría concluir que todas las partes presentes, incluyéndote a ti, se habían comprometido a fijar un precio. Si los competidores comentan un precio mientras estás presente, deja claro que crees que la conversación es inapropiada, abandona la reunión y pide que tus objeciones y el abandono del encuentro queden reflejados en el acta de la misma. Además, haz tu propia nota de los acontecimientos e informa a tu superior inmediato del incidente.
- P:** *Trabajo en un mercado donde tenemos una cuota de más del 50 por ciento en cigarrillos. Tengo muy buena relación con el principal comprador de uno de nuestros clientes clave, una cadena nacional. Puesto que soy el proveedor de tabaco más importante del cliente, él me ha ofrecido la oportunidad de un acuerdo especial que nos garantizará la cotización de la única marca de cigarrillos con precio razonable en todos los almacenes del cliente. Es un trato de doce meses con opción de prorrogar el año que viene. Tendré que proporcionarle nuestros productos a un precio muy bajo, pero como nos beneficiaremos de este acuerdo, ¿puedo continuar?*

Preguntas y respuestas:

R: No es ilegal mantener una posición dominante y las empresas dominantes tienen aún derecho a competir agresivamente por sus actividades comerciales. Sin embargo, las leyes de la competencia exigen generalmente que las empresas dominantes trabajen de una forma justa y objetiva y no abusen de su posición en el mercado.

Si fuese a establecer este tipo de acuerdo, ninguno de los competidores de Imperial podría vender ninguna marca de cigarrillos en las tiendas de este cliente clave durante al menos doce meses, lo que puede representar una parte importante del mercado minorista. Las empresas dominantes no deben abusar de su posición en el mercado imponiendo o estando de acuerdo en términos cuya intención es cerrar los canales principales a los competidores. Puede haber beneficios para los consumidores que participen en el acuerdo, ya que se pueden beneficiar de los precios de descuento, y la propuesta puede solo afectar a parte de todo el mercado minorista. Se tendrá que llevar a cabo un análisis exhaustivo para sopesar estos beneficios contra cualquier posible efecto negativo en la elección del consumidor.

Debes buscar asesoría legal antes de firmar un acuerdo de estas características.

P: *Hemos contratado a alguien que recientemente trabajaba para un competidor. ¿Puedo pedirle información acerca de nuestro competidor?*

R: No, nunca pidas a un antiguo empleado de un competidor información que tiene la obligación legal de mantener confidencial. Esto incluiría cualquier secreto comercial del competidor y otra información confidencial. Si no estás seguro, consulta siempre al abogado de tu mercado, asesor externo local o al área Jurídica del Grupo.

Preguntas y respuestas:

P: *Somos miembros de una asociación comercial del sector. La mayoría de los competidores importantes en mi mercado son miembros de la asociación comercial. El presidente de la asociación (que está contratado por la asociación comercial más que por un competidor particular) ha sugerido que todos los miembros le proporcionen los datos de venta a él. Así, puede combinarlos y redistribuirlos como datos añadidos. Esto nos ayudaría a todos a obtener una visión mejor del Mercado. ¿Está bien?*

R: Compartir información con los competidores, incluso a través de un intermediario, puede ser una infracción muy seria de la ley de la competencia; por lo tanto, es necesario que busques asesoría sobre la ley de competencia local para asegurarte de que cualquier acuerdo o propuesta de acuerdo, cumple las leyes aplicables.

Como regla general, puedes permitirte compartir datos que estén limitados al volumen de venta cuando se recogen por una tercera parte independiente, aunque nunca debería intercambiarse directamente con un competidor.

Además, cualquier dato compartido debería tener al menos doce meses de antigüedad, debería ser agregado por país y por tipo de producto solamente, FMC, RYO, papeles y cigarrillos. No debería haber una explicación detallada de productos dentro de estas categorías más amplias, por región, dentro de un país o por cliente. Tales datos no deberían permitir que las personas que los recibieran dedujeran nada acerca de los competidores individuales.

Incluso estos datos agregados pueden despertar la inquietud en la competencia si hay pocos competidores activos. En un sector, añadir estos datos puede permitir razonablemente que se extraigan conclusiones acerca de los competidores específicos. No hay ninguna certeza acerca del número de personas que deben entregar datos para eliminar tales inquietudes en la ley de la competencia.

El intercambio de datos con relación a un sector de un producto particular puede ser aceptable cuando haya al menos cuatro partes activas y, entregando datos en la categoría del producto, donde cada una de estas partes tenga una participación en el mercado del cinco por ciento o más.

Si Imperial va a tomar parte en tal intercambio, los datos sólo deberían entregarse donde haya un deseo escrito expreso y claro de los términos en los cuales los datos pueden utilizarse.

Las leyes de la competencia varían de un país a otro, por lo que siempre deberías recibir asesoría legal local en relación con cualquier acuerdo para compartir datos.

¿Necesitas más información?

Consulta:

- [Conducta General de Asuntos Legales](#), disponible en la Intranet a efectos orientativos.
- [Notas orientativas de la legislación sobre competencia](#), que se publican en la sección Jurídica del Grupo en la Intranet.

¿Necesitas asesoría, orientación o ayuda?

Consulta a:

- Tu abogado de mercado local.
- Tu asesor legal externo local.
- Área Jurídica del Grupo).

Si estás preocupado por un asunto serio y cierto que crees no poder resolver a través de los canales normales, tal y como se describe en el apartado de Administración del Código de Conducta al final de este documento, debes utilizar nuestra Política de denuncia de irregularidades (*Whistleblowing*).

4. Contra el soborno y la corrupción

El cumplimiento de las leyes contra el soborno y la corrupción es obligatorio. No debemos ofrecer, dar o aceptar ningún obsequio, pago u otro beneficio que busque lograr una ventaja inadecuada para Imperial Tobacco.

La mayoría de países dispone de leyes que consideran ilegal implicarse en actividades de soborno y corrupción. Un número de países cada vez mayor penaliza y persigue los actos de soborno que se producen fuera de sus fronteras.

La infracción de estas leyes es un delito grave para las personas y empresas implicadas. Las sanciones incluyen habitualmente penas de prisión, sanciones elevadas tanto para la empresa como para las personas implicadas y un daño sustancial para la reputación corporativa de la compañía. Las empresas pueden verse obligadas a notificar por sí mismas las infracciones cometidas por sus empleados a los servicios encargados de la ejecución de las leyes.

Los principales delitos de corrupción son:

- Pago (u oferta) de un soborno;
- Aceptación de un soborno.

Los sobornos pueden incluir dinero, servicios, obsequios, actividades de ocio excesivas o injustificadas y otros beneficios similares (incluyendo favores). La entrega, oferta o aceptación de cualquiera de estos elementos puede suponer un soborno si se tiene la intención de garantizar o contratar un negocio o lograr cualquier forma de ventaja inapropiada.

Los sobornos no siempre consisten en grandes cantidades de dinero. Los pequeños pagos realizados a funcionarios públicos o representantes de la autoridad se denominan a menudo gratificaciones, y pueden realizarse directa o indirectamente, incluyendo a terceros. Los receptores de sobornos pueden incluir a clientes, proveedores, funcionarios públicos y representantes políticos y sus familias y amigos. Nunca debemos participar en un comportamiento corrupto, ni tampoco los distribuidores, consultores o representantes que trabajen en nuestro nombre.

Funcionarios públicos

El término funcionario público se refiere a una persona que ocupa un puesto legislativo, administrativo o judicial, ya sea nombrado a escala nacional o local, o a una persona capaz de influir en las actividades de dichas personas. Además, las personas que desarrollan una función pública, como por ejemplo las que trabajan para una organización internacional pública o una empresa estatal, también deben considerarse funcionarios públicos.

Siempre hay que prestar atención cuando nos relacionamos con funcionarios gubernamentales o públicos, funcionarios de aduanas, y empleados de empresas propiedad o controladas por el Estado, y los familiares, amigos o socios de dicha persona, con el fin de evitar cualquier sugerencia de comportamiento corrupto.

Uso o pago de consultores

El nombramiento, uso o pago de consultores, asesores, socios de negocio u otros intermediarios externos (“consultores”) presentan riesgos específicos.

Las leyes contra el soborno y la corrupción afectan a los consultores que trabajan en nuestro nombre, al igual que a los empleados. Presta atención a las “alertas rojas”, entre las que se incluyen:

- Cuando el país presente un historial de problemas de corrupción.
- El consultor no es residente o utiliza empresas ficticias o fantasmas.
- Un consultor está relacionado con un funcionario público o está recomendado por un funcionario público.
- Solicite pagos de comisión elevados “urgentes” respecto a los servicios prestados o utiliza una cuenta bancaria situada en un paraíso fiscal o de un tercero.
- Un consultor rechaza firmar un contrato que cumpla las normas de Imperial.

Cuando utilice a un Consultor debe:

- Poner en marcha las “alertas rojas” que indican que puede existir un riesgo de corrupción.
- Llevar a cabo un proceso de debida diligencia completo sobre cualquier consultor propuesto, buscando apoyo del Área de Seguridad y Gestión de Riesgos del Grupo.
- Obtener la autorización del área Jurídica del Grupo antes de contratar a ningún consultor.
- Obtener un contrato firmado antes de que el consultor desarrolle ningún tipo de trabajo en nuestro nombre. El área Jurídica del Grupo te ayudará en la elaboración del contrato.

Gratificaciones

Muchos países no realizan una distinción entre gratificaciones y sobornos. Las gratificaciones son pequeños sobornos o pagos realizados, directa o indirectamente, a funcionarios públicos para obtener o acelerar el cumplimiento de una actividad rutinaria o para evitar retrasos burocráticos. Por ejemplo, la liberación de productos de las aduanas o la obtención de un pasaporte o visado, o la instalación de una línea telefónica o el suministro de un servicio.

No existen circunstancias que nos permitan, independientemente de donde trabajemos, realizar o autorizar una gratificación, ya que nuestra Sede Central se encuentra en el Reino Unido, donde las gratificaciones son ilegales, independientemente de las leyes o cultura locales.

En el caso de que se produzca una situación en la que creas que puedes exponerte a una amenaza personal si rechazas realizar una gratificación, debes, cuando sea posible, solicitar ayuda y asesoría inmediata del área de Seguridad y Gestión de Riesgos del Grupo o del área Jurídica del Grupo, ya que ellos te ayudarán a encontrar una solución. Nunca debes exponerte a peligros y si te encuentras en una situación en la que sea necesario realizar un pago para evitar una amenaza directa a tu seguridad, debes hacerlo. No obstante, debes notificar el incidente por escrito a tu superior inmediato y al área de Seguridad y Gestión de Riesgo del Grupo, sin demoras.

Debemos:

- Informar a nuestro superior inmediato, abogado local o área Jurídica del Grupo sobre cualquier solicitud o demanda de un pago potencialmente corrupto por parte de un tercero.
- Seguir normas especiales que afectan a los funcionarios públicos y consultores.
- Poner en marcha todas las “alertas rojas” que indiquen que puede existir un riesgo de corrupción.
- Descartar activamente el uso de gratificaciones en los mercados en los que trabajemos.
- Buscar orientación de nuestro superior inmediato, abogado local o área Jurídica del Grupo.

No debemos:

- Pagar, ofrecer o aceptar o autorizar un soborno o una gratificación o solicitar a nadie que lo haga;
- Ofrecer o conceder objetos de valor a efectos de garantizar o contratar negocios por ningún otro motivo. Esto incluye pagos para reducir impuestos o aranceles.
- Realizar o autorizar un pago inadecuado o un soborno a un funcionario público o empleado de una empresa propiedad o controlada por el Estado.
- Intentar inducir a un funcionario público a que haga algo ilegal.
- Ignorar o incumplir la notificación de una actividad corrupta.
- Establecer un fondo no registrado (como un efectivo secreto o cuenta ajena a los libros contables) por ningún otro motivo.
- Fomentar o facilitar que otra persona cometa o ignore una actividad corrupta.

Preguntas y respuestas:

P: *He llegado a un acuerdo con un nuevo comprador de unos grandes almacenes que podría generarnos un aumento en el volumen de ventas, ya que las tiendas de este cliente venderán una gama mucho más amplia de nuestras marcas. El comprador ha adjuntado una condición al acuerdo y me exige que organice un fin de semana con todos los gastos pagados para él y su familia en un spa exclusivo. Obtendremos un beneficio adicional del acuerdo. ¿Puedo seguir adelante?*

R: No. Sus acciones podrían interpretarse como un soborno y pueden exponerte a ti y a la Empresa a acusaciones por haber cometido un delito grave. Ningún acuerdo nuevo merece que se corra ese riesgo. Debes buscar el asesoramiento de tu abogado local, área Jurídica del Grupo o de Integridad Comercial.

P: *Trabajo en un mercado en el que es normal pagar pequeños importes de dinero a los administradores públicos locales para acelerar la tramitación de nuestra documentación. Debido a que esta actividad no es ilegal en esta localidad, ¿puedo continuar practicándola?*

R: No. Debido a que Imperial Tobacco Group PLC tiene su Sede Central en Reino Unido, no debes realizar ningún pago, bajo ninguna circunstancia, a ningún funcionario público, ya que hacerlo es un delito, independientemente del lugar donde se realice el pago.

Tramita tu documentación lo antes posible de forma que haya tiempo ante posibles retrasos burocráticos. Si fuera necesario, pide el asesoramiento de tu abogado de mercado o del área Jurídica del Grupo, quienes te ayudarán a buscar otra alternativa.

Preguntas y respuestas:

- P:** *Hace dos días, una autoridad fiscal local llegó a nuestra oficina y anunció que iban a hacer una inspección. Cuando pregunté cuánto tiempo tardaría esta inspección, me informaron: no más de seis semanas. Solo somos un pequeño mercado y tenemos recursos limitados. Me preocupa pensar que esta interrupción pueda afectar a nuestras actividades cotidianas. Hoy, un poco antes, en una reunión con el inspector de impuestos ejecutivo, sugirió una solución a nuestro problema. Me dijo que él y su mujer siempre habían querido presenciar una final masculina en un importante torneo de tenis. En mi escritorio, tengo entradas para la final masculina del Torneo Nacional que compré para usar como recompensa de minorista. ¿Puedo ofrecer tranquilamente las entradas a este inspector fiscal ejecutivo de impuestos para que él esté de acuerdo en finalizar la inspección al final de la semana?*
- R:** No. Nunca deberías ofrecer o pagar un soborno a un funcionario público, independientemente de las circunstancias. Debes pedir ayuda a tu superior inmediato, abogado local o al área Jurídica del Grupo.
- P:** *Estamos pensando en contratar a un asesor para que nos aconseje cómo establecer una relación comercial en un mercado relativamente nuevo en el cual estamos trabajando. ¿Qué necesitamos hacer y tener en cuenta antes de contratar a un consultor local?*
- R:** Deberías llevar a cabo un proceso completo de debida diligencia sobre el consultor propuesto, considerando si existen “alertas rojas” y buscando apoyo del área de Seguridad y Gestión de Riesgos del Grupo. También debes obtener autorización del área Jurídica del Grupo antes de contratar un consultor de esta naturaleza y obtener un contrato firmado antes de que el consultor realice cualquier trabajo en tu nombre.
- P:** *No hay forma de obtener datos completos sobre el mercado de ventas en nuestro mercado. Cada mes, las autoridades gubernamentales nos exigen a nosotros, y a todos nuestros competidores, que les entreguemos datos relacionados con nuestro volumen de ventas por marca. Durante una reciente conversación con un administrador de la autoridad, ofreció entregarme todos los meses datos acerca de las ventas de marcas de tabaco vendidas en el mercado a cambio de una gratificación financiera personal. Esta información no sería válida para nosotros pero nos ayudaría a planear las ventas. ¿Puedo aceptar?*
- R:** No, al aceptar esta oferta correrías el riesgo de cometer un delito en virtud de las leyes de anticorrupción y competencia. Debes tomar nota de la conversación, informar a tu superior inmediato y pedir ayuda a tu abogado local y al área Jurídica del Grupo.

¿Necesitas más información?

Consulta las siguientes Políticas de Grupo disponibles en la Intranet:

- [Autoridad Financiera Delegada.](#)
- [Desarrollo Comercial.](#)

Consulta también los siguientes apartados de este Código de Conducta:

- [Obsequios y actividades de ocio.](#)

Para obtener información acerca de los [Procedimientos de Notificación](#), consulta nuestro Manual Financiero, que también está disponible en la Intranet.

Además, consulta nuestras [Notas orientativas contra el soborno y la corrupción](#) que están publicadas en la sección Jurídica del Grupo de la Intranet.

¿Necesitas asesoría, orientación o ayuda?

Consulta a:

- Tu superior inmediato.
- Tu abogado de mercado local.
- Tu asesor legal externo local.
- Área Jurídica del Grupo.
- Director de Integridad Comercial.

Cualquier pregunta sobre pagos o establecimiento de un acuerdo financiero con cualquier funcionario o agente público debe desviarse al área Jurídica del Grupo.

Si estás preocupado por un asunto serio y cierto que crees no poder resolver a través de los canales normales, tal y como se describe en el apartado de Administración del Código de Conducta al final de este documento, debes utilizar nuestra Política de denuncia de irregularidades (*Whistleblowing*).

5. Obsequios y actividades de ocio

Cuando damos o recibimos obsequios o actividades de ocio, debemos garantizar que este hecho no afectará a nuestra relación comercial, no creará un conflicto de intereses o no podrá ser entendido como un soborno.

Intercambiar obsequios y actividades de ocio puede ayudar a generar confianza en una relación comercial, pero puede hacer difícil que sigamos siendo objetivos acerca de la persona o empresa con la que estamos tratando. Si intercambiar obsequios y actividades de ocio es, dentro de unos límites razonables, una práctica comercial aceptable, puede crear un conflicto de intereses.

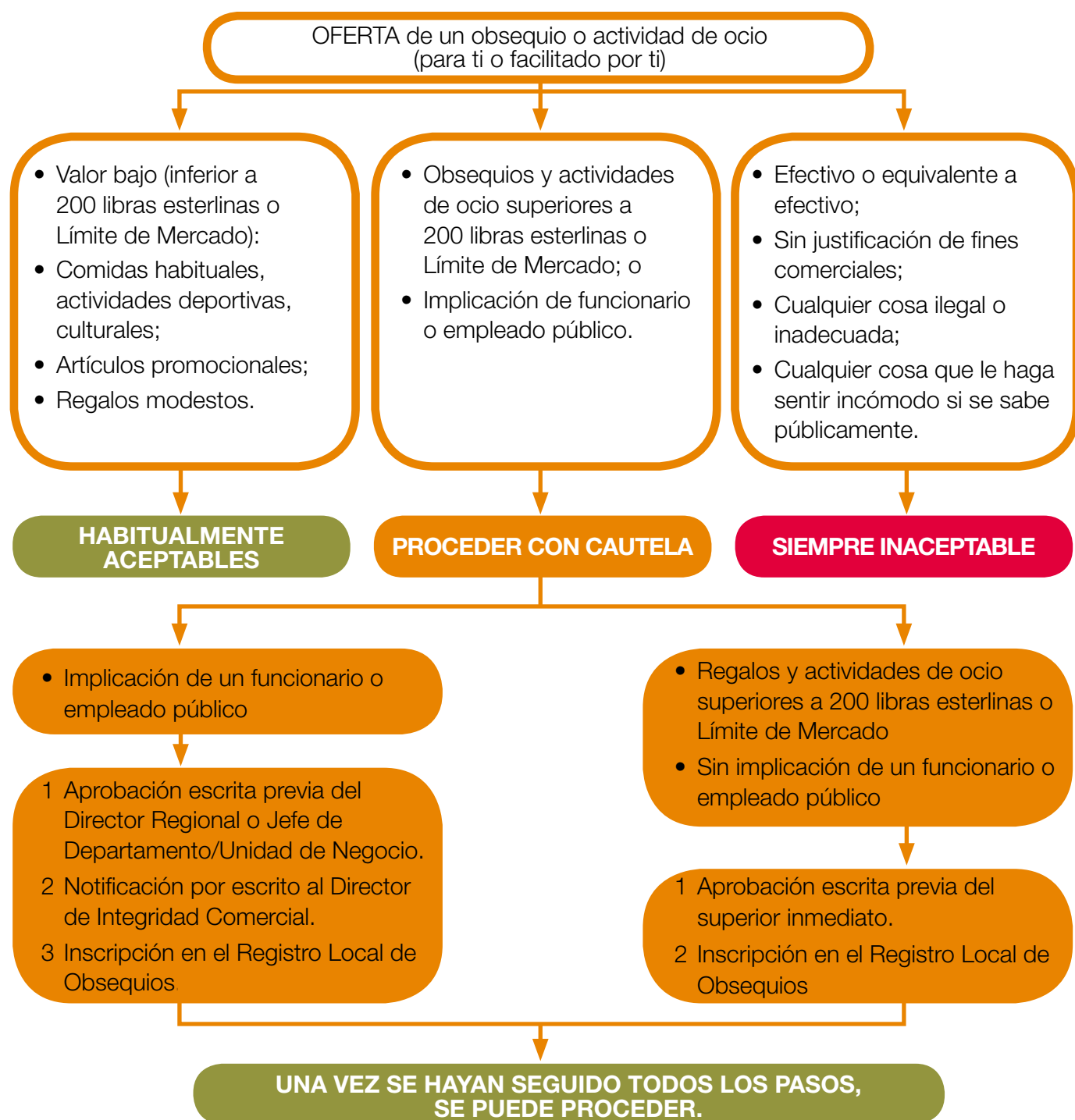
También se puede crear un conflicto de intereses dando o recibiendo favores o tratamiento especial por los que no se puede cobrar un importe financiero. Tales tratos especiales generalmente fomentan una expectativa de cobro y pueden estropear una relación comercial.

Los términos “obsequios y actividades de ocio” se refieren a cualquier cosa que tenga un valor real o percibido, e incluyen obsequios personales, certificados de regalo, descuentos o dinero en efectivo, entradas para cualquier acontecimiento, viajes, comidas en restaurantes, alojamientos en hoteles y el ofrecimiento de empleo o contratos para amigos y parientes.

Ciertos tipos de obsequios y actividades de ocio, a causa de su bajo valor y naturaleza, están dentro de los límites de lo razonable y se permite que se ofrezcan o acepten sin autorización previa, siempre que haya un propósito comercial justificado.

En el Reino Unido, el límite para lo que se considera razonable y aceptable es de 200 libras esterlinas (en un año). En otros países en los que desarrollamos actividades comerciales, puede haber motivos locales legales u otro tipo de razones por las que 200 libras esterlinas sería demasiado y por lo tanto, inaceptable. Los jefes de Departamento o de unidades de negocio deben elaborar y enviar una guía escrita en la cual expliquen qué es un valor máximo aceptable dentro de cada uno de los mercados en los que trabaja en lo referente a obsequios y actividades de ocio de una misma empresa en un año (el “Límite de Mercado”). Ningún Límite de Mercado puede exceder de 200 libras esterlinas.

El diagrama que se muestra a continuación establece el proceso a seguir por todos los empleados ante cualquier obsequio o actividad de ocio entregado o recibido. Antes, debe obtenerse la aprobación escrita de los superiores inmediatos por cada obsequio o actividad de ocio con un valor superior a 200 libras esterlinas o al Límite de Mercado. Existen normas adicionales en caso de que un funcionario público o representante de la autoridad estén implicados.



Funcionarios y empleados públicos

Debemos evitar dar obsequios, favores o actividades de ocio a funcionarios y empleados públicos, ya que podría interpretarse erróneamente como un comportamiento corrupto y puede estar prohibido por la legislación local. La recepción de obsequios y actividades de ocio facilitadas por funcionarios y empleados públicos debe considerarse con cautela por las mismas razones.

Somos igualmente responsables de cualquier obsequio, favor o actividad de ocio ofrecido por funcionarios públicos a agentes, consultores o asesores externos que actúen en nuestro nombre.

Ocasionalmente, pueden existir razones comerciales justificadas para que ofrezcamos un obsequio o una actividad de ocio a funcionarios y empleados públicos. Cualquier obsequio de este tipo está supeditado a normas especiales. Previamente, debes obtener una autorización escrita de tu Director Regional, jefe de Departamento o Unidad de Negocio) y al mismo tiempo, has de entregar una notificación escrita al Director de Integridad Comercial y hacer la inscripción en el Registro Local de Obsequios (ver a continuación).

Registros de Obsequios y actividades de ocio

Todos los obsequios o actividades de ocio valorados en un importe superior a 200 libras esterlinas o al del Límite de Mercado en los que intervengan funcionarios y empleados públicos, además de necesitar una autorización escrita previa, deben inscribirse en el Registro de Obsequios.

Siguiendo un proceso formal que sea transparente y consistente en el Grupo, ni tú ni la Empresa pueden ser acusados de un comportamiento erróneo o inadecuado.

El Registro de Obsequios debe crearse y mantenerse en todos los departamentos y unidades de negocio a escala local, y debe establecer un registro formal escrito de obsequios y actividades de ocio por un importe superior a 200 libras esterlinas, al del Límite de Mercado o en los que participen funcionarios y empleados públicos. También debería registrarse la información del proceso de autorización seguido para cada elemento inscrito.

Debemos:

- Recibir siempre autorización anterior escrita de tu jefe de Departamento, Unidad de Negocio o Director Regional antes de dar o recibir cualquier cosa, sin tener en cuenta el valor, a/o de un funcionario o empleado público.
- Tener un propósito justificable comercial para cada obsequio o actividad de ocio.
- Consultar siempre a nuestro superior inmediato para obtener asesoramiento y autorización antes de dar o recibir cualquier obsequio o actividad de ocio cuyo valor sea superior a 200 libras esterlinas o al del Límite del Mercado.
- Asegurarnos de que todos los obsequios y actividades de ocio de más de 200 libras esterlinas o del Límite de Mercado se inscriben de forma precisa en nuestro Registro Local de Obsequios.

No debemos:

- Ofrecer, dar o aceptar nada ilegal o poco ético, o que pudiera resultar ser una infracción de la ley o de nuestro Código de Conducta.
- Ofrecer, dar o aceptar cualquier importe en efectivo o beneficios en compensación por un favor comercial, por ejemplo, de un proveedor para conseguir un contrato.

Obsequios que no pueden ser devueltos

Su superior inmediato determinará qué debería hacerse con cualquier obsequio con un valor superior a 200 libras esterlinas o al del Límite de Mercado. En circunstancias normales, cualquier obsequio de este tipo debería ser rechazado o devuelto educadamente. Si, no obstante, fuera inapropiado hacer algo así (por ejemplo, si fuese a causar una ofensa seria), el obsequio puede ser aceptado porque es un obsequio para la Empresa, no para ti individualmente. En estas circunstancias, debería seguirse el procedimiento normal para inscribir obsequios en su Registro Local de Obsequios y debería enviarse una notificación escrita al Director de Integridad Comercial. Éste, junto al jefe de Departamento, de Unidad de Negocio o al Director Regional, determinará qué hacer con el obsequio relevante.

Normalmente aceptables, sin aprobación previa:

- Cenas modestas con socios comerciales, clientes o proveedores; actividades deportivas normales, teatro y otros acontecimientos culturales, siempre que haya un propósito comercial justificable.
- Artículos promocionales de poco valor, como bolígrafos, calendarios, y llaveros, siempre que estos artículos sean generalmente ofrecidos a proveedores y clientes;
- Ejemplos similares de obsequios y actividades de ocio, siempre que tengan un valor por debajo al del Límite de Mercado.

Siempre inaceptables:

- Cualquier cosa ilegal que pudiera percibirse como una infracción de la Ley local o de nuestro Código de Conducta.
- Obsequios, dinero en efectivo o equivalentes monetarios; entradas para acontecimientos deportivos o culturales para uso personal.
- Ofrecer, dar o recibir algo como parte de un acuerdo para hacer o ganar algo a cambio.
- Cualquier acontecimiento que pudiera considerarse inapropiado, por ejemplo, ocio orientado hacia el sexo o cualquier cosa que pudiera afectar de manera adversa a la reputación de Imperial Tobacco.

Preguntas y respuestas:

- P:** *¿Puedo ofrecer a un cliente entradas para un concierto al que no puedo asistir?*
- R:** No. Alguien de la Empresa debería asistir a ese acto para poder llevar a cabo la actividad comercial con el cliente como parte del acontecimiento. La misma regla se aplica cuando se aceptan actividades de ocio de un proveedor. Sólo es aceptable dar o recibir entradas de esta naturaleza si la actividad de ocio es razonable, normal y buena para su relación comercial y el proveedor asiste.
- P:** *Todos los años, uno de nuestros proveedores internacionales más importantes invita a representantes de sus clientes más importantes a un fin de semana con todos los gastos pagados en un barco. Hasta ahora, nunca he sido invitado a uno de estos fines de semana de regalo, pero este año lo estoy ¿Puedo aceptar la invitación?*
- R:** Depende mucho de las circunstancias, incluyendo el entorno de competencia en el que el proveedor trabaja y si hay una relación comercial legítima para aceptar la invitación. Pregunta a tus compañeros qué harían ellos. Debes estar totalmente abierto a la invitación y comentar el asunto con tu superior inmediato y si está de acuerdo con que aceptes la invitación, obtén su aprobación por escrito. Si aceptas, debes inscribir esa aceptación en tu Registro Local de Obsequios.
- P:** *Hemos firmado un importante contrato nuevo con un distribuidor. Se ha sugerido que llevemos al representante del distribuidor a una discoteca para celebrarlo. Pensé que era una buena idea, pero mis compañeros quieren ir a un club de strip-tease. Me siento incómodo al ofrecerle este tipo de actividad de ocio. ¿Soy demasiado susceptible?*
- R:** No. La actividad de ocio ofrecida a cualquier compañero de negocio no sólo debería ser razonable, sino también aceptable. Este tipo de club podría hacer que el representante del distribuidor y su equipo se sintiesen muy incómodos. Debes animar a tus compañeros a encontrar una opción aceptable que haga honor a la Empresa. Si es necesario, comenta la situación con tu superior inmediato para asegurarte de que respalda la actividad de ocio propuesta.

Preguntas y respuestas:

P: *Un proveedor habitual me ha enviado un obsequio muy caro por Navidad. ¿Puedo aceptarlo?*

R: Puedes aceptar obsequios que estén dentro del Límite de Mercado para el país donde trabajas. Por ejemplo, productos con el logotipo de la empresa del proveedor, una caja de bombones o un tipo similar de obsequio es aceptable. Si puedes aceptar o no el obsequio, depende de su valor y adecuación. Si es inapropiado aceptar el obsequio, tendrás que devolverlo a menos que hacerlo cause un perjuicio. Si es éste el caso, siga el procedimiento del apartado “Obsequios que no pueden ser devueltos” en la página 38 de este Código de Conducta.

P: *Un proveedor te ha ofrecido facilitar una experiencia de trabajo a tu hija, que no está segura sobre la carrera que quiere seguir. No le pagará, simplemente aprenderá de la experiencia. ¿Puedo aceptar la oferta?*

R: No. Aunque no se derive ningún beneficio financiero, el ofrecimiento del proveedor es un favor. Si aceptases, podrías sentirte en deuda con tu proveedor y esto podría implicar que tengas que devolver el favor más tarde.

¿Necesitas más información?

Consulta las siguientes Políticas de Grupo disponibles en la Intranet:

- [Abastecimiento.](#)
- [Garantía de Seguridad del Proveedor.](#)

Además, consulta también los siguientes apartados de este Código de Conducta para obtener información:

- [Sobornos y corrupción.](#)
- [Exactitud de contabilidad, mantenimiento de registros financieros y notificaciones.](#)

¿Necesitas asesoría, orientación o ayuda?

Consulta a:

- Tu superior inmediato.
- Tu abogado de mercado local.
- Tu asesor legal externo local.
- Área Jurídica del Grupo.
- Integridad Comercial.

Si estás preocupado por un asunto serio y cierto que crees no poder resolver a través de los canales normales, tal y como se describe en el apartado de Administración del Código de Conducta al final de este documento, debes utilizar nuestra Política de denuncia de irregularidades (*Whistleblowing*).

6. Abastecimiento responsable y asociaciones de proveedor

Únicamente debemos establecer relaciones comerciales con proveedores dignos de confianza que tengan adquirida una reputación por llevar sus asuntos comerciales de forma profesional y ética.

Estamos muy contentos de nuestra reputación por conseguir asociaciones profesionales con nuestros proveedores de manera abierta y colaboradora. Desarrollar y mantener asociaciones abiertas, honestas y justas con proveedores de confianza es básico para el éxito de nuestra actividad comercial a largo plazo.

Nuestras relaciones con proveedores deben permanecer sobre una base de mutua imparcialidad, justicia y lealtad. Tenemos la responsabilidad de seleccionar y trabajar con proveedores que muestren nuestro compromiso de llevar a cabo la actividad comercial con integridad.

Cada cierto tiempo, debemos reevaluar a nuestros proveedores basándonos en una toma de decisiones imparcial, a través del uso de criterios objetivos tales como adecuación del producto o servicio y precio, calidad, ejecución, confianza y fiabilidad.

Debemos:

- Adoptar una actitud responsable cuando seleccionemos proveedores, realizando las debidas diligencias para asegurar que sus prácticas no dañarán de ninguna manera nuestra reputación.
- Garantizar que nuestros contratos de proveedores incorporen nuestro Código de Conducta (referencia en nuestra página web) para certificar que nuestros proveedores conocen nuestras normas éticas y están de acuerdo con los principios más importantes del Código de Conducta.
- Garantizar que nuestros proveedores diarios, por ejemplo, de mantenimiento de oficinas y contratos de limpieza, son conscientes de nuestro Código de Conducta, en lo que a ellos se refiere.
- Animar y apoyar a todos nuestros proveedores a que adopten nuestras normas.
- Actuar siempre según nuestra Política de Abastecimiento del Grupo.
- Comentar cualquier preocupación relativa a las actividades de los proveedores con el área de Cumplimiento del Grupo para que los riesgos potenciales puedan ser investigados adecuadamente.

No debemos:

- Aceptar o ignorar las actividades de los proveedores que puedan infringir la Política de Abastecimiento, la de Derechos Humanos o nuestro Código de Conducta.

Preguntas y respuestas:

P: *He oído rumores de que uno de nuestros proveedores extranjeros está siendo investigado por acusaciones de obligar a trabajar a niños. Durante las visitas previas a este proveedor no hubo ninguna evidencia que mostrase que había razones para inquietarse. ¿Debería ignorar estos rumores?*

R: No. Debes investigar el asunto. Empieza por pedirle información al proveedor. Si tienes dudas, comunícaselo a tu superior inmediato, que le orientará.

P: *Estoy buscando un proveedor de materiales de oficina. El primero que contacté ofrece un buen material, pero a un alto precio. El segundo no es tan bueno, pero es más barato, principalmente porque nos ofreció un gran descuento para trabajar con nuestra empresa. ¿Puedo decirle al primer proveedor qué precio ha ofrecido el segundo proveedor para conseguir que baje su precio?*

R: No. Puedes decirle al primer proveedor que has recibido una oferta mejor en otro lugar, pero deberías proteger la identidad del segundo proveedor. De otra forma, estarías dando al primer proveedor información confidencial sobre su competidor.

P: *Hemos usado la misma compañía de mantenimiento durante muchos años por sus precios competitivos y la alta calidad de servicio. He percibido que nuestra Política de Abastecimiento afirma que deberíamos evaluar periódicamente a nuestros proveedores y reelegirlos, si fuese necesario. Estoy contento con este proveedor. ¿Tengo que dejar de contar con él y cambiar a otro?*

R: No. Es necesario que realices una revisión periódica para garantizar que nuestros proveedores sean competitivos. Un proceso de reelección nos da la oportunidad de revisar el rendimiento de nuestros proveedores, restablecer nuestras normas y Código de Conducta y actualizar nuestro contrato. El hecho de revisar a nuestros proveedores no requiere que sigamos todo el proceso de abastecimiento, pero debe incluir una revisión documentada de otros proveedores potenciales en el mercado y una justificación objetiva para que decidamos renovar el contrato con el mismo proveedor, si es adecuado.

¿Necesitas más información?

Consulta las siguientes Políticas de Grupo disponibles en la Intranet:

- [Abastecimiento.](#)
- [Derechos Humanos.](#)
- [Garantía de Seguridad del Proveedor.](#)
- [Apertura y Confidencialidad.](#)

¿Necesitas asesoría, orientación o ayuda?

Consulta a:

- Tu superior inmediato.
- Tu abogado de mercado local.
- Tu director local de Finanzas.
- Tu asesor legal externo local.
- Área Jurídica del Grupo.
- Área de Finanzas del Grupo.

Si estás preocupado por un asunto serio y cierto que crees no poder resolver a través de los canales normales, tal y como se describe en el apartado de Administración del Código de Conducta al final de este documento, debes utilizar nuestra Política de denuncia de irregularidades (*Whistleblowing*).

7. Compromiso y donaciones políticas

El compromiso con Gobiernos, legisladores, órganos del sector y grupos de interés público es un elemento necesario e importante de nuestra actividad comercial. Dichos compromisos deben contraerse según la Ley y según los intereses del Imperial Tobacco Group PLC.

En todas nuestras actividades de compromiso comercial debemos ser políticamente neutrales.

Imperial Tobacco reconoce el derecho de sus empleados a participar en la actividad política como personas privadas. Sin embargo, debemos garantizar que nuestras opiniones y puntos de vista personales no puedan interpretarse como si representaran los de la Empresa.

Compromiso Político

En algunos de los países en los que trabajamos, las leyes locales pueden permitir que sus empleados establezcan comités de acción política u organizaciones similares. Donde sean legales, estas organizaciones están permitidas, siempre que se haya recibido con anterioridad una aprobación por escrito del Consejo de Administración de Imperial Tobacco.

Donde nuestro trabajo para Imperial Tobacco requiera que tengamos contacto con gobiernos, reguladores y organismos del sector o grupos de interés público:

Debemos:

- Aplicar estrictamente la guía proporcionada por el área de *Asuntos Corporativos del Grupo*. Consulta el apartado sobre *Asuntos Corporativos (Corporate Affairs Issues Resource -CAIR-)* de la Intranet para tener algunas notas orientativas y el apartado de Comunicaciones Externas para obtener más información.
- Evitar dar obsequios, favores o actividades de ocio a funcionarios y empleados públicos, puesto que hacerlo podría ser considerado como conducta corrupta y puede estar prohibido por la ley local. Cualquier obsequio de estas características está supeditado a las reglas especiales descritas en las páginas 36 y 37 de este Código de Conducta.

No debemos:

- Representar o decir que actuamos en nombre de la Empresa en cualquier actividad política que estemos llevando a cabo como individuos.

Donaciones políticas

La Política de nuestro Grupo consiste en no hacer donaciones a ningún partido político o asociaciones individuales. Sólo el Consejo de Imperial Tobacco Group PLC puede aprobar una contribución a un partido político o hacer una donación política.

Preguntas y respuestas:

P: *Me han pedido que patrocine una convención de un partido político local. Si lo hago, realzaría nuestra imagen y nos daría la oportunidad de comprometernos con personas que toman decisiones políticas. ¿Puedo continuar?*

R: No. Imperial Tobacco es políticamente neutral y, por lo tanto, como empleados, no debemos favorecer un partido sobre otro sin importarnos los beneficios o circunstancias percibidas.

¿Necesitas más información?

Consulta las siguientes Políticas de Grupo disponibles en la Intranet:

- [Normas de Compromiso Político.](#)
- [Gestión de Comunicaciones Corporativas del Grupo.](#)

Además, consulta los siguientes apartados de este Código de Conducta para obtener información adicional:

- [Comunicaciones Externas.](#)
- [Obsequios y actividades de ocio.](#)

Necesitas

Consulta a:

- Tu superior inmediato.
- Tu director de Asuntos Corporativos.
- Área de Asuntos Corporativos del Grupo.
- Secretaría del Grupo.

Si estás preocupado por un asunto serio y cierto que crees no poder resolver a través de los canales normales, tal y como se describe en el apartado de Administración del Código de Conducta al final de este documento, debes utilizar nuestra Política de denuncia de irregularidades (*Whistleblowing*).

8. Aduanas e impuestos

Debemos actuar con integridad en todos nuestros contactos con cualquier autoridad gubernamental, incluyendo a los agentes de aduanas e inspectores fiscales.

Nuestros productos, tanto nacionales como importados, están supeditados a un conjunto de leyes y reglamentos de aduanas y fiscales que debemos entender y cumplir cuando tengan relación con nuestros productos y servicios.

Debemos cumplir todos los reglamentos que especifiquen los derechos de importación, el impuesto sobre valor añadido, impuestos especiales y similares, que deban pagarse con relación a nuestros productos, además de impuestos, depósitos aduaneros y otros reglamentos que regulan los impuestos públicos, la exención de impuestos y los embarques sin impuestos.

A veces se producen situaciones que requieren que destruyamos algunos de nuestros productos por los cuales ya hemos pagado derechos e impuestos. Esto incluye inventario atrasado, dañado o contaminado, paquetes reguladores o dirigidos a marketing, o cambios de producto y devoluciones de producto por parte del cliente o consumidor. En muchos mercados tenemos la posibilidad de poder reclamar las tasas de los impuestos locales y aduaneras por la destrucción de estos productos.

Debemos:

- Garantizar que toda la documentación sobre la destrucción local y de reclamación de impuestos se cumplimente adecuadamente a fin de incluir los volúmenes y valores de producto.
- Garantizar que nuestra documentación se entrega siguiendo las reglas y regulaciones locales y aduaneras.
- Asegurarnos de que nuestro producto es destruido en un medio supervisado con una actualización de las cuentas locales y los registros financieros, a efectos de registrar todas las destrucciones de inventario.
- Conocer y cumplir todas las normas y restricciones relacionadas con el trabajo con funcionarios públicos y sus empleados o contratistas. Para obtener más información, consulta los apartados *“Contra el soborno y la corrupción”* y *“Obsequios y actividades de Ocio”*.
- Ser honestos, precisos y abiertos en todas nuestras declaraciones y certificaciones.

No debemos:

- Aceptar o ignorar cualquier infracción de nuestras normas sobre aduanas e impuestos, y debemos consultar cualquier preocupación con nuestro superior directo y las áreas de Finanzas o de Cumplimiento del Grupo.

Preguntas y respuestas:

P: *Nos estamos acercando al final de nuestro año financiero y necesitamos terminar nuestras actividades de inventario. Para hacer que esto nos lleve menos tiempo y sea más fácil, el equipo de almacén ha sugerido que contemos todo el inventario en el almacén como si fuese bueno, para incluir el inventario que está caducado y que ya ha sido autorizado por los funcionarios de aduanas locales para su destrucción. Los impuestos locales han sido ya reclamados para este inventario, así que no estoy seguro de que se pueda hacer esto. ¿Estaría bien?*

R: El inventario que no está apto para su uso y que ya ha recibido la orden de destrucción no puede contabilizarse como buen inventario porque puede haberse deducido de nuestros libros de cuentas y podría provocar un descuadre del stock. Debemos realizar las actividades de mantenimiento de inventario de manera adecuada.

P: *Me gustaría llamar a un agente local para que gestione nuestras declaraciones de impuestos de consumo. ¿Hay algo que necesite tener en cuenta antes de hacerlo?*

R: Pregunta a tus compañeros por sus experiencias en estos asuntos.

Debes ser consciente de que el uso de agentes, intermediarios o consejeros no elimina que Imperial Tobacco tenga responsabilidades por cualquier acción llevada a cabo por ellos para apoyar la actividad comercial de la Empresa. Debes llevar a cabo las comprobaciones necesarias a fin de garantizar que el agente pueda asumir nuestras obligaciones a un nivel adecuado. Es importante asegurarse de que el agente conoce nuestro Código de Conducta y debes verificar que nuestras obligaciones se están cumpliendo adecuadamente. Además, has de estar de acuerdo con el agente respecto a cómo va a recibir información sobre cualquier problema que pueda surgir.

Para obtener más información, consulta nuestra *Política de Abastecimiento*. Si necesitas más asesoramiento u orientación, consulta al área de Asuntos Económicos del Grupo.

¿Necesitas más información?

Consulta las siguientes Políticas de Grupo disponibles en la Intranet:

- [Fiscalidad.](#)
- [Principios Contables del Grupo.](#)

Puedes obtener información adicional respecto a las relaciones con funcionarios públicos en los siguientes apartados de este Código de Conducta:

- [Contra el soborno y la corrupción.](#)
- [Actividades políticas.](#)
- [Obsequios y actividades de ocio.](#)

¿Necesitas asesoría, orientación o ayuda?

Consulta a:

- Tu superior inmediato.
- Área Jurídica del Grupo.
- Área de Asuntos Económicos del Grupo.
- Área de Finanzas del Grupo.

Las cuestiones específicas relacionadas con la realización adecuada de actividades comerciales con gobiernos y funcionarios públicos deben dirigirse a las áreas Jurídica o de Asuntos Económicos del Grupo, mientras que las cuestiones concretas sobre la gestión del pago de impuestos deberán dirigirse al área de Finanzas del Grupo.

Si estás preocupado por un asunto serio y cierto que crees no poder resolver a través de los canales normales, tal y como se describe en el apartado de Administración del Código de Conducta al final de este documento, debes utilizar nuestra Política de denuncia de irregularidades (*Whistleblowing*).

9. Sanciones internacionales y restricciones comerciales

Debemos comprender y cumplir todas las sanciones internacionales y restricciones comerciales.

Las Naciones Unidas, la Unión Europea y muchos países imponen estrictos controles sobre la exportación y negociación con otros países, individuos y empresas. Aunque las sanciones pueden variar dependiendo del país, generalmente incluyen restricciones o prohibiciones en:

- La importación de productos de un país sancionado.
- La exportación de productos a un país sancionado.
- El movimiento de productos a través de un país no sancionado a otro sancionado.
- Operaciones financieras y actividades en las que participe un país sancionado o individuos y empresas en estos países.
- Nuevas inversiones en un país sancionado.
- Los desplazamientos desde o hacia un país sancionado.

También pueden pedirnos que obtengamos una licencia de exportación para productos específicos.

Las sanciones de EE. UU. son particularmente estrictas y exigen que no solo los ciudadanos estadounidenses y residentes sino también las personas que viven en EE. UU., no se comprometan con actividades en las que participen ciertos países sancionados como Cuba y Siria. Los ciudadanos de EE. UU. y las personas que viajen a EE. UU. deben comprender y acatar estas sanciones que prohíben incluso las llamadas de teléfono o correos electrónicos que tengan que ver con la realización de actividades comerciales en estos países.

Debemos:

- Conocer qué sanciones y restricciones comerciales pueden ser importantes para nuestras funciones y responsabilidades.
- Cumplir todas las sanciones y restricciones comerciales.

No debemos:

- Aceptar o ignorar cualquier sospecha de que se están infringiendo las sanciones internacionales o restricciones comerciales.

Preguntas y respuestas:

- P:** *Deseo exportar productos a un país que está supeditado a una sanción comercial de carácter económico. Para facilitar las cosas, preveo acordar la transferencia de los productos a una empresa situada en un país que no está supeditado estas sanciones. Ellos venderán los productos a la empresa en el país que está sometido a las sanciones económicas. ¿Es razonable esta gestión?*
- R:** No. Esto provocaría una pérdida de control de los movimientos de nuestros propios productos. Analiza la cuestión con tus compañeros de negocio, el área de Gestión de Riesgos del Mercado y el área Jurídica del Grupo.
- P:** *Me encuentro en EE. UU. en viaje de negocios y he recibido un correo electrónico respecto a una transacción con una empresa situada en un país que soporta sanciones. Tendría que realizar una llamada telefónica para responder al correo electrónico. ¿Debo hacerlo?*
- R:** No. Si realizas la llamada puedes infringir las normas de EE. UU. Deberías contactar con un compañero que no se encuentre en EE. UU. y pedirle que se comunique con la empresa en tu nombre. Tu compañero debería gestionar el asunto en tu nombre, siempre que sea posible. Si tienes dudas, habla con el área Jurídica del Grupo.

¿Necesitas más información?

Consulta las siguientes Políticas de Grupo disponibles en la Intranet:

- [Suministro de Producto.](#)
- [Política de Viajes.](#)
- [Desarrollo de Actividades Comerciales.](#)

Además, consulta nuestras [Directrices para llevar a cabo Actividades Comerciales en países OFAC](#) (Lo que hay que hacer y lo que no, dirigido a directores), publicadas en el apartado del área Legal en la Intranet.

¿Necesitas asesoría, orientación o ayuda?

Consulta a:

- Tu superior inmediato.
- Área de Gestión de Riesgo del Mercado.
- Área de Cumplimiento del Grupo.
- Área Jurídica del Grupo.

Si estás preocupado por un asunto serio y cierto que crees no poder resolver a través de los canales normales, tal y como se describe en el apartado de Administración del Código de Conducta al final de este documento, debes utilizar nuestra Política de denuncia de irregularidades (*Whistleblowing*).



Práctica comercial responsable

Debemos garantizar una práctica comercial honesta y responsable cuando gestionamos nuestras actividades comerciales

Un buen comportamiento corporativo y personal es fundamental cuando trabajamos con los activos, registros e información de Imperial Tobacco

Esta sección incluye:

Página

1. Exactitud en la contabilidad, mantenimiento de registros financieros y notificaciones	57
2. Uso de la propiedad, activos y recursos de la Empresa	60
3. Propiedad intelectual	63
4. Publicidad y marketing responsable	65
5. Elevados criterios respecto a los productos y procesos comerciales	68
6. Privacidad de la información (Protección de Datos)	70
7. Comunicaciones electrónicas	72
8. Gestión de la información	75
9. Información confidencial	79
10. Conflictos de interés	80
11. Negociación con información interna	82
12. Comunicaciones externas	84

Si estás preocupado por un asunto serio y cierto que crees no poder resolver a través de los canales normales, tal y como se describe en el apartado de Administración del Código de Conducta al final de este documento, debes utilizar nuestra Política de denuncia de irregularidades (*Whistleblowing*).

1. Exactitud en la contabilidad, mantenimiento de registros financieros y notificaciones

Debemos informar y registrar de forma precisa y objetiva toda nuestra información financiera y no financiera porque esto permite a la Empresa tomar decisiones basadas en la actividad comercial, salvaguardar nuestros recursos, cumplir nuestras responsabilidades y nuestros requisitos legales y reglamentarios.

La información financiera y no financiera puede adoptar muchas formas, desde hojas de gastos y horarios, hasta el registro de operaciones, previsiones, cuentas individuales de la Empresa y el Informe Anual de Imperial Tobacco.

Todos tenemos una función importante que realizar para garantizar que se mantienen unos registros financieros y comerciales precisos y completos.

Falsificar registros, cuentas o representar mal los hechos es un fraude y los directores tienen una responsabilidad cada vez mayor de garantizar que toda la información financiera y no financiera es relevante y honesta y se presenta, en todo momento, con información y opiniones objetivas a la Dirección Ejecutiva.

Debemos:

- Garantizar que todos los informes financieros, notificaciones, previsiones y análisis de los que somos responsables sean transmitidos con honestidad y precisión.
- Cumplir con todas las leyes, requisitos externos y procedimientos de la Empresa para trasladar la información financiera y comercial.
- Mostrar integridad y cuidado cuando entreguemos nuestros gastos de viaje y cuando aprobemos los de otros.
- Cooperar abiertamente con el área de Cumplimiento de Grupo y nuestros auditores externos.
- Evitar operaciones en efectivo. Si no hay alternativa, las operaciones en efectivo deben ser autorizadas, registradas adecuadamente y documentadas.
- Asegurar que los compromisos contractuales que hacemos en nombre de la Empresa están dentro del ámbito de nuestra autoridad delegada. Consultar la [Política de Aprobación Financiera Delegada](#) para obtener más información.
- Esforzarnos en identificar cualquier representación potencialmente errónea de cuentas, datos o registros o cualquier incidencia de fraude potencial o engaño, y manifestar cualquier inquietud acerca de la precisión de los informes financieros ante los jefes de finanzas locales, regionales o de departamento, el Director de Contabilidad, Previsión e Impuestos o el responsable de Cumplimiento del Grupo.

No debemos:

- Preparar o entregar información con la intención de falsear el registro.
- Hacer un registro deshonesto o falso en cualquier informe o registro.
- Representar erróneamente el propósito correcto de cualquier transacción.
- Crear un fondo no registrado o descrito impropiamente para cualquier propósito.
- Vender, transferir o enajenar cualquier activo de la Empresa sin una autorización previa y documentación a cumplimentada apropiadamente.
- Modificar o dañar cualquier registro de la Compañía, a menos que estemos autorizados para hacerlo por las políticas y procedimientos establecidos.
- Realizar una actividad dirigida a exagerar o modificar falsamente los volúmenes de ventas o beneficios entre los periodos de notificación que distorsione nuestro rendimiento financiero.
- Proporcionar cualquier información, ya sea verbalmente o por escrito, acerca de nuestras operaciones, que posibilite que un cliente o proveedor haga afirmaciones imprecisas o engañosas.

Preguntas y respuestas:

P: *Estamos en los últimos días antes de cerrar los libros de cuentas a final del año. Tengo mucho trabajo y prefiero no tener que procesar todas las facturas que ya he recibido, aunque me doy cuenta de que algunas son por grandes cantidades de dinero. ¿Qué debería hacer?*

R: Debería procesar las facturas con sus términos y fechas de pago debido. Si necesita ayuda o consejo, hable con su jefe de Finanzas o de Cumplimiento del Grupo.

P: *Es la última semana en este periodo de cuentas. Para que podamos tener un resultado excelente, ¿puedo registrar una venta de la que no tendremos facturas y no será entregada hasta la semana que viene?*

R: No. Costes e ingresos deben registrarse en el momento correcto. La venta no se ha cerrado oficialmente hasta que haya evidencia del acuerdo de venta, hasta que el título de los bienes se haya transferido y las ventas puedan determinarse. Hasta entonces, sería una falsedad incluir esta venta.

¿Necesitas más información?

Consulta las siguientes Políticas de Grupo disponibles en la Intranet:

- [Aprobación Financiera Delegada.](#)
- [Principios Contables del Grupo.](#)
- [Informes internos sobre rendimiento de la actividad comercial por mercados, marcas y productos.](#)
- [Estimaciones regulares, planes a medio plazo y otras previsiones.](#)
- [Notificación de Información Financiera, incluyendo las Cuentas Anuales.](#)

Consulta también nuestro Manual de Finanzas del Grupo, disponible en la Intranet, ya que contiene asesoramiento e información así como procedimientos de notificación.

¿Necesitas asesoría, orientación o ayuda?

Consulta a:

- Tu superior inmediato.
- Tu Director Financiero local.
- Área de Finanzas del Grupo.

Las cuestiones específicas sobre el registro de operaciones financieras o la normativa de notificación financiera y contable nueva o propuesta, deberían dirigirse al Director de Notificación del Grupo, adscrito al área de Finanzas del Grupo.

2. Uso de la propiedad, activos y recursos de la Empresa

La propiedad de la Empresa, sus activos y recursos están a nuestra disposición para fines comerciales. Debemos garantizar que se usan de forma adecuada y apropiada.

El uso inadecuado de los mismos influye directamente en la rentabilidad de nuestra actividad comercial.

Los fondos de la Empresa engloban efectivo y sus equivalentes, incluyendo cheques, gastos, tarjetas de crédito, facturas, documentos justificativos y activos de la Empresa.

El equipo de la Empresa incluye ordenadores, redes, hardware, software, correo electrónico, teléfonos y dispositivos móviles, fotocopiadoras y vehículos. No debemos usar ningún equipo de la Empresa de un modo que pudiera ser dañino, inapropiado o vergonzoso para nosotros particularmente o para la Empresa.

El tiempo de la Empresa incluye el tiempo que usamos para cumplir las funciones propias de nuestro puesto. Todos tenemos la responsabilidad de hacer el mejor uso de nuestro tiempo y del tiempo de nuestros compañeros.

La información de la Empresa, así como los datos, documentos y propiedad intelectual son ejemplos de propiedad, activos y recursos de la Empresa. Todos tenemos la responsabilidad de salvaguardar la información y los datos de la Empresa para una buena gestión de los documentos y registros, y para salvaguardar nuestra propiedad intelectual, incluyendo el registro de las marcas comerciales.

Debemos proteger la propiedad, activos y recursos de la Empresa. Esto incluye salvaguardar su seguridad física, sin tener en cuenta el valor, asegurando que no puedan ser usados sin autorización. También significa que deben utilizarse responsablemente.

El robo a través del fraude, el engaño o la notificación deliberada de tiempo o reclamaciones de gastos imprecisos es otra área que tenemos la responsabilidad personal de detectar y evitar.

Debemos:

- Proteger y usar los fondos y propiedad de la Compañía de la misma manera que usamos los nuestros propios, salvaguardándolos del robo, pérdida, fraude o engaño.
- Asegurar que todos los gastos de la actividad comercial, incluyendo los gastos personales, se demuestran con facturas honestas, precisas y adecuadas, recibos y documentación.
- Informar de las horas que trabajamos de forma honesta y precisa.
- Asegurar que solo hacemos un uso personal razonable de los sistemas electrónicos de la Compañía, incluyendo ordenadores personales, de sobremesa y dispositivos móviles.

Preguntas y respuestas:

P: *Sospecho que un miembro de mi equipo puede estar llevando a cabo otra actividad comercial durante el tiempo de la Empresa, usando un ordenador y el correo electrónico de la Empresa. Comento mis sospechas a un compañero que trabaja en el Departamento de Informática y me dice que puede acceder al correo electrónico de mi compañero para investigar esta cuestión en mi nombre. ¿Sigo adelante con esto?*

R: No. Deberás comentar esas sospechas con tu superior inmediato. La Empresa tiene procedimientos específicos para acceder a las cuentas de correo electrónico de un empleado con el fin de investigar una mala conducta o por otras razones comerciales legítimas. Incluso si tu colega del Departamento de Informática tiene acceso a esas cuentas, no debe utilizarse esa vía sin la autorización de los canales oficiales de la Empresa.

P: *Trabajo como contable y una de mis tareas principales es acordar el pago de todas las facturas. Cada mes pago un anticipo a una empresa consultora pero no sé si esa compañía está dándonos de verdad algún producto o servicio. ¿Hay algo que pueda hacer para comprobar esta situación o simplemente continuo pagando el anticipo?*

R: El pago por servicios que no recibimos constituiría un mal uso de los recursos de la Empresa. En primera instancia, deberías preguntar a la persona que autoriza el pago para qué se realiza. Si no recibes una respuesta satisfactoria, deberías informar del asunto al jefe de Finanzas local, regional o del Departamento, al Director de Contabilidad, Previsión e Impuestos o al responsable de Cumplimiento del Grupo.

¿Necesitas más información?

Consulta las siguientes Políticas de Grupo disponibles en la Intranet:

- [Patentes y Marcas Comerciales](#)
- [Provisión y uso de tecnología de comunicaciones electrónicas](#)
- [Autoridad Financiera Delegada](#)
- [Guía de Gestión de Documentos y Registros](#)

Consulta también Exactitud en la contabilidad, Mantenimiento de registros financieros y notificaciones y Obsequio, favor y actividad de ocio, disponibles en otro apartado de este Código de Conducta.

Necesitas asesoría, orientación o ayuda?

Consulta a:

- Tu superior inmediato.
- Área de Cumplimiento del Grupo.
- Área de Finanzas del Grupo.

3. Propiedad intelectual

We must protect Imperial Tobacco's intellectual property such as trademarks, design rights, patents and copyrights because they are valuable corporate assets.

Estos activos, junto con nuestra información comercial confidencial (consultar el apartado Confidencialidad de la Información de este Código de Conducta), permiten a los consumidores realizar elecciones fiables cuando compran nuestros productos. Además, nos ofrecen una ventaja competitiva. Por tanto, si nuestros activos se utilizan erróneamente, nuestros intereses y los de nuestros consumidores están en peligro.

Debemos:

- Proteger los activos de propiedad intelectual de Imperial Tobacco y, dada su importancia para nuestra actividad comercial, también debemos respetar los activos de propiedad intelectual de terceros.
- Notificar cualquier producto que sospechemos que infringe los derechos de propiedad intelectual de Imperial Tobacco, incluyendo los productos 'copycat' y productos supuestamente falsificados (para obtener más información, consultar el apartado sobre Comercio legal de este Código de Conducta).
- Garantizar que establecemos contratos escritos para garantizar que Imperial Tobacco es el propietario de los derechos de propiedad intelectual de los materiales creados o desarrollados por nosotros.

No debemos:

- Utilizar nombres, marcas comerciales u otros elementos de diseño que los consumidores pudieran asociar con otros cuando comercializamos o promocionamos productos de Imperial Tobacco.
- Utilizar ningún tipo de tecnología, incluyendo software, que pueda infringir los derechos de propiedad intelectual de terceros.

Preguntas y respuestas:

P: Hemos desarrollado un nuevo producto que prevemos lanzar próximamente. El producto es una ampliación de gama de una de nuestras marcas internacionales existentes. Sé que poseemos los derechos de esta marca, ¿existe alguna necesidad de realizar comprobaciones legales?

R: Sí. Aunque utilice un nombre de marca que ya poseamos, su nuevo producto puede presentar nuevos logotipos, imágenes o variantes de nombre que pudieran infringir los derechos y activos de terceros. Siempre debe comprobar todos los desarrollos de nuevo producto o promocionales con el equipo de Propiedad Intelectual, perteneciente al área de Integridad Comercial.

P: Deseamos lanzar en un nuevo mercado una marca internacional bien establecida, ¿podemos seguir adelante?

R: No, no sin realizar en primer lugar las comprobaciones necesarias. Antes de hacer ningún plan para lanzar un producto en un nuevo mercado, es importante que compruebes y confirmes que Imperial Tobacco posee los derechos de marca comercial en el mercado en cuestión y que los derechos de terceros no se infringirán. Todos los lanzamientos de producto deben planificarse a través del Proceso de Introducción de Producto.

¿Necesitas más información?

Consulta las siguientes Políticas de Grupo disponibles en la Intranet:

- [Patentes y Marcas Comerciales.](#)
- [Provisión y uso de tecnología de comunicaciones electrónicas.](#)

Además, consulta el [Proceso de Introducción de Producto \(PIP\)](#), según corresponda.

¿Necesitas asesoría, orientación o ayuda?

Consulta a:

- Tu superior inmediato.
- Área de Integridad Comercial.

4. Publicidad y marketing responsables

Nuestra actividad comercial está supeditada a requisitos concretos de publicidad y marketing en función de la ley, los códigos del sector, acuerdos voluntarios y nuestros propios Principios de Marketing Internacional (International Marketing Standards -IMS-). Independientemente de donde trabajemos, debemos aplicar estos Principios en todo momento.

Nuestros IMS deben prevalecer, salvo en aquellas extrañas situaciones en las que la ley local requiera unos principios más elevados.

También debemos garantizar que todas las agencias u otras partes comprometidas en el apoyo de nuestras actividades de marketing o promocionales, están vinculadas contractualmente para cumplir con la ley local y nuestros IMS.

Todos los entornos operativos y mercados deben disponer de procedimientos definidos para garantizar el cumplimiento de nuestros IMS.

Debemos:

- Garantizar que todos nuestros productos de tabaco, que produzcamos o distribuyamos, presenten advertencias sanitarias claramente visibles, ya sea o no un requerimiento reglamentario.
- Respetar siempre nuestra Política de Publicidad y los Principios de Marketing Internacional, así como las culturas, prácticas y tradiciones locales que existen en nuestro mercado.
- Ilustrar y describir nuestros productos de un modo justo y honesto, que no induzca a error a los consumidores.
- Garantizar que todas las declaraciones que realizamos sean ciertas y puedan confirmarse.

No debemos:

- Anunciar o comercializar nuestros productos con destino a personas menores de 18 años. Esto incluye el uso de imágenes u otro contenido que pudiera percibirse como atractivo para los menores.

Preguntas y respuestas:

P: *He recibido algunos comentarios de amigos que no trabajan para Imperial Tobacco respecto a una campaña de publicidad local que podría atraer a los niños. No estoy de acuerdo. ¿Debería simplemente ignorar estos comentarios?*

R: No. Informa a tu superior inmediato, quien te ayudará a determinar la mejor acción a adoptar.

P: *He conocido que uno de mis clientes está anunciando ilegalmente productos de tabaco. ¿Qué debería hacer?*

R: Comenta tus preocupaciones con tu superior inmediato, que puede exponer la cuestión ante los abogados del mercado local, quienes, a su vez, le asesorarán cómo gestionar la situación.

P: *La legislación sobre marketing y publicidad en mi mercado es mucho menos estricta que la establecida en nuestros IMS. Sobre esta base, ¿puedo ignorar los IMS del Grupo?*

R: No. Nuestros IMS sostienen, de forma responsable, nuestro compromiso respecto al marketing y la publicidad de nuestros productos. Todas las empresas del Grupo y sus empleados, independientemente de donde estén localizados, deben cumplir nuestros principios, tal y como están redactados, y también conocerlos, comprenderlos y cumplirlos.

¿Necesitas más información?

Consulta las siguientes Políticas de Grupo disponibles en la Intranet:

- [Publicidad.](#)
- [Suministro de Producto.](#)

Además, consulta los Principios de Marketing Internacional, disponibles en la Intranet:

- [Marketing de Productos de Tabaco.](#)
- [Marketing de Accesorios para el Fumador.](#)

Consulta también nuestro [Proceso de Introducción de Producto \(PIP\)](#), según corresponda.

Cualquiera que desee obtener más información debería acceder a nuestro [Módulo de Guía IMS](#), disponible en la Intranet.

¿Necesitas asesoría, orientación o ayuda?

Consulta a:

- Tu superior inmediato.
- Área Jurídica del Grupo.

5. Elevados criterios respecto a los productos y procesos comerciales

El suministro de productos y servicios de alta calidad a nuestros clientes y consumidores es fundamental para la sostenibilidad de nuestro negocio.

Debemos fomentar elevados principios, en la búsqueda activa de mejorar nuestras prácticas comerciales en todos los aspectos de nuestra empresa y en particular, nuestras operaciones de venta.

Debemos trabajar en asociación con nuestros clientes para cumplir sus requisitos, en línea con las preferencias actuales y futuras de los consumidores.

Debemos:

- Demostrar nuestro compromiso con el cumplimiento de elevados principios, centrándonos constantemente en la calidad de todo lo que hacemos.
- Buscar continuamente mejorar las eficiencias en nuestras actividades comerciales, servicios y calidad de producto.
- Apoyar el cumplimiento de nuestros objetivos, siguiendo y manteniendo procesos definidos.
- Garantizar que todas las relaciones con socios de negocio, incluyendo clientes, proveedores y productores externos, se gestionan de acuerdo con nuestros principios.
- Mantener controles eficientes para garantizar que cualquier principio o cuestión de calidad se identifica rápidamente y nos permite adoptar medidas correctivas.
- Afrontar las cuestiones y apoyar el proceso de alentar el trabajo en equipo para mejorar nuestros principios de rendimiento.

No debemos:

- Aceptar o ignorar principios de baja calidad.

Preguntas y respuestas:

P: *Cubro una zona de ventas en la que el representante permanente está de vacaciones. He recibido diversas quejas de clientes que me han dicho que su representante habitual es, en ocasiones, maleducado y de poca utilidad. Creo que podrían estar exagerando, aunque no puedo pasar por alto las quejas. ¿Qué debería hacer?*

R: Comenta tus preocupaciones con tus compañeros. Pueden conocer o tener la experiencia de los clientes. A la vuelta de tu compañero, comunícaselo de modo que pueda gestionarse la situación. Deberías hablar con tu superior inmediato y comentarle tus experiencias de forma abierta, honesta y comedida y dejar que tu superior inmediato resuelva la situación.

¿Necesitas más información?

Consulta las siguientes Políticas de Grupo disponibles en la Intranet:

- [Calidad de Materiales y Fabricación.](#)
- [Gestión de Calidad.](#)

Consulta también el apartado sobre [Fabricación](#) de la Intranet ya que contiene más asesoramiento e información acerca de nuestros principios comerciales de calidad.

¿Necesitas asesoría, orientación o ayuda?

Consulta a:

- Tu superior inmediato.

6. Privacidad de la información (Protección de Datos)

Debemos tratar la información personal con respeto y confidencialidad, de acuerdo con nuestras obligaciones de privacidad y de las leyes de protección de datos.

La Empresa recopila, mantiene y gestiona información personal sobre los empleados, clientes, proveedores y otras personas. Esta información se conoce, a menudo, como “información personal”.

Debemos:

- Recopilar o utilizar solamente información personal a efectos de la actividad de la Empresa.
- Garantizar que las personas cuya información guardamos sepan que tenemos dicha información y comprenden para qué se utilizará.
- Compartir información personal sólo si la persona cuya información guardamos espera que lo hagamos.
- Guardar la información personal de forma segura, ya sea en formato electrónico o impreso.
- Restringir el acceso a la información personal a aquellos que deban conocerla.
- Garantizar que la información personal es exacta y está actualizada.
- Eliminar o destruir la información personal tan pronto como no haya necesidad de guardarla.
- Garantizar que los empleados que gestionan la información personal comprenden sus responsabilidades y las ponen en práctica.
- Cumplir con cualquier requerimiento legal local adicional relacionado con la información personal.

No debemos:

- Transferir información personal a países que no dispongan de la protección adecuada.

Preguntas y respuestas:

P: *Me gustaría enviar a la casa de una compañera un regalo de cumpleaños como sorpresa. He pedido a Recursos Humanos que me comuniquen la dirección de su domicilio, aunque se han negado. Me han dicho que revelar su dirección supondría una infracción de las leyes de protección de datos. ¿Es esto cierto?*

R: Sí. Recursos Humanos no tiene autoridad para compartir contigo la dirección del domicilio de tu compañera sin su consentimiento expreso.

¿Necesitas más información?

Consulta las siguientes Políticas de Grupo disponibles en la Intranet:

- [Protección de Datos.](#)

Necesitas asesoría, orientación o ayuda?

Consulta a:

- Tu superior inmediato.
- Tu abogado del mercado local.
- Tu Director Recursos Humanos.
- Área de Secretaría del Grupo.

7. Comunicaciones electrónicas

Recibimos equipo electrónico como teléfonos, ordenadores y dispositivos de comunicación portátiles para que nos ayuden a realizar nuestro trabajo.

El equipo electrónico y la información que contiene es propiedad de Imperial Tobacco. La Empresa se reserva el derecho a controlar o filtrar cualquier contenido o comunicación con el fin de proteger a la Empresa ante infracciones de seguridad, pérdida de información o acciones legales.

Es aceptable hacer un uso personal razonable del equipo electrónico suministrado por la Empresa, siempre que no afecte a la seguridad o rendimiento de la red, sea consecuente con nuestro Código de Conducta y esté autorizado por la Dirección local.

Toda la información almacenada y comunicada mediante los servicios y equipo suministrado por la Empresa podría considerarse que representa los puntos de vista u opiniones de la Empresa. Esto incluye el contenido personal.

Debemos:

- Proteger el equipo del uso no autorizado o robo cuando esté sin atención.
- Garantizar que los comentarios o aportaciones personales no perjudiquen la reputación de la Empresa o comprometen a la Empresa en algo sobre lo que no tengamos autoridad.
- Proteger la información confidencial cuando viajemos o enviemos información a otros.
- Notificar cualquier pérdida de información confidencial de la Empresa.

No debemos:

- Instalar aplicaciones en ningún dispositivo de la Empresa o conectarlo a otro equipo, a menos que esté autorizado por el Departamento de Informática (IS) local.
- Deshabilitar las medidas de seguridad del equipo.
- Acceder, almacenar o compartir nada que pudiera considerarse ofensivo para otras personas o que pudiera exponer a la Empresa a acciones legales.
- Compartir nuestras contraseñas personales con otras personas.

Preguntas y respuestas:

P: *Una persona de una agencia temporal cubrirá mi puesto cuando esté de vacaciones. ¿Puedo entregarle mi nombre de usuario y contraseña para acceder a mis documentos y correo electrónico?*

R: No. El miembro temporal del equipo debe recibir su propio nombre de usuario y contraseña, aunque puedes ofrecerle el acceso a tu correo electrónico y documentos por otros métodos. Pregunta a tus compañeros cómo gestionan habitualmente estas situaciones y contacta, posteriormente, con el equipo local del Departamento de Informática para obtener su ayuda.

P: *Hay algunas páginas de Internet a las que no puedo acceder, ¿a qué se debe y cómo puedo desbloquear estos sitios?*

R: El acceso a Internet presenta filtros para proteger nuestro sistema de ordenadores y a los usuarios, de contenidos no deseados, perjudiciales u ofensivos. Las normas de filtrado también ayudan a proteger nuestra red de amenazas de seguridad externas, como virus. El acceso a sitios que pueden presentar contenidos que infringen la Política de Empresa; por ejemplo, sitios que pueden contener material ofensivo como pornografía, también están bloqueados. Las prácticas de filtrado varían dependiendo de la ley local, la práctica de negocio y la infraestructura informática. Las amenazas externas a nuestras redes están cambiando constantemente y el bloqueo de los sitios también cambia. Si tienes una necesidad comercial de acceder a un sitio bloqueado o si cree que el acceso se ha bloqueado por error, habla con el Departamento de Informática local. Ten en cuenta que solo porque puedas acceder a un sitio, no significa que debas hacerlo.

¿Necesitas más información?

Consulta las siguientes Políticas de Grupo disponibles en la Intranet:

- [Política de Protección de Sistemas de Información.](#)
- [Provisión y uso de tecnología de comunicaciones electrónicas.](#)

Además, consulta las siguientes directrices, disponibles también en la Intranet:

- [Norma de Calificación de Seguridad.](#)
- [Guía de Gestión de Documentos y Registros.](#)

Necesitas asesoría, orientación o ayuda?

Consulta a:

- Tu superior inmediato.
- Tu equipo local del Departamento de Informática.
- Director de Registros del Grupo.

8. Gestión de la información

Nuestros registros corporativos contienen información valiosa que la Empresa utiliza para ofrecer pruebas de nuestras actividades y decisiones. También nos permiten demostrar que cumplimos nuestras obligaciones reglamentarias y legales.

Siempre que registremos información debemos hacerlo con exactitud y garantizar que mantenemos el nivel adecuado de confidencialidad y seguridad.

Los registros pueden adoptar muchas formas, incluyendo formato impreso y electrónico. Los registros electrónicos comprenden correos electrónicos y medios visuales, como imágenes o películas. Los registros también pueden incluir mensajes de voz y de texto, mensajería instantánea y comentarios realizados en páginas web, blogs o redes sociales.

Nuestros registros pueden almacenarse en formato impreso o electrónico en muchas localizaciones. También pueden guardarse o gestionarse, en nuestro nombre, por parte de agencias externas.

La ley, el reglamento y la necesidad comercial nos exigen que mantengamos registros durante ciertos períodos de tiempo, dependiendo de su contenido y naturaleza.

Debemos:

- Registrar atenta y exactamente las actividades comerciales de las que somos responsables.
- Garantizar que los registros se mantienen de un modo que permita compartirlos adecuadamente.
- Cumplir con todos los requisitos legales y comerciales para el mantenimiento de registros.
- Revisar los registros regularmente y eliminar los que ya no sean necesarios o deban eliminarse de acuerdo con la ley de forma segura, incluyendo el cumplimiento de las normas sobre protección de datos y en línea con nuestra Política de Documentos y Registros de Empresa.
- Cumplir con cualquier solicitud recibida por parte del Área Jurídica del Grupo o asesores legales locales para suspender la eliminación de registros, incluyendo las que respondan a un litigio pendiente o a una investigación reglamentaria.

Preguntas y respuestas:

P: *He recibido unos archivos que contienen documentos y correos electrónicos de un compañero que ha abandonado la empresa. La mayoría de documentos parecen bastante antiguos y no me son de utilidad. Me gustaría eliminarlos pese al hecho de que están relacionados con un cliente antiguo. ¿Puedo?*

R: Compruébalo con tus compañeros del equipo por si cualquiera necesitara estos materiales y busca su ayuda y asesoría antes de adoptar cualquier decisión. Debes cumplir con las Políticas de Documentos y Registros de Empresa y de Retención de Documentos. Recuerda que debes asegurarte de que no existe una necesidad legal o comercial para conservar ningún documento de la Empresa antes de eliminarlo.

¿Necesitas más información?

Consulta las siguientes Políticas de Grupo disponibles en la Intranet:

- [Apertura y Confidencialidad.](#)
- [Documentos y Registros de Empresa.](#)
- [Retención de Documentos.](#)
- [Protección de Datos.](#)

Consulta también el apartado sobre Información Confidencial en este Código de Conducta.

Necesitas asesoría, orientación o ayuda?

Consulta a:

- Tu superior inmediato.
- Tu abogado del mercado local.
- Área de Secretaría del Grupo.
- Área Jurídica del Grupo.

9. Información confidencial

Creamos, utilizamos y compartimos información confidencial a diario. Debemos proteger esta información con el fin de salvaguardar nuestro propio interés y reputación y los de la Empresa.

Las restricciones sobre el intercambio de información confidencial se aplican hasta que está disponible al público y siguen en vigor después de que ya no trabajemos personalmente para la Empresa.

Como ejemplos de información confidencial se puede citar el desarrollo de producto y proceso, datos de ventas, marketing y financieros, planes estratégicos, cambios en la Dirección Ejecutiva e información acerca de fusiones y adquisiciones.

Del mismo modo que respetamos la confidencialidad de nuestra propia información, también debemos respetar la confidencialidad de la información de terceros.

Debemos:

- Tener especial cuidado en no comentar o trabajar con información confidencial en zonas públicas, donde pudiera verse o escucharse.
- Garantizar que hemos establecido medidas de seguridad para que cierta información confidencial no pueda perderse o ser robada, particularmente cuando viajamos o cuando se la enviamos a terceros.
- Garantizar que hemos establecido los acuerdos formales apropiados respecto a la publicación necesaria de la información confidencial.

No debemos:

- Revelar información que no esté públicamente disponible para otras personas pertenecientes a Imperial Tobacco, a menos que tengan razones comerciales para conocerla.
- Revelar información a personas u organizaciones ajenas a nuestra actividad comercial, salvo cuando la revelación fuera necesaria a efectos comerciales o por ley.
- Intentar obtener o utilizar información confidencial respecto a otras personas, incluyendo a nuestros competidores, incluso aunque recibamos indirectamente la información.
- Utilizar la información confidencial de un empleador anterior.

Preguntas y respuestas:

- P:** *Un amigo muestra mucha curiosidad por mi trabajo y me hace muchas preguntas. ¿Hasta qué punto puedo contarle cosas?*
- R:** Nunca debes revelar información confidencial desde el punto de vista comercial. No deberías hacer declaraciones o emitir opiniones personales que pudiera interpretarse erróneamente como si fueran de la Empresa. Existen disponibles muchas fuentes de información sobre las que puedes hablar libremente, incluyendo nuestra página web www.imperial-tobacco.com y nuestro Informe Anual de Cuentas.
- P:** *Estoy buscando un nuevo proveedor de equipo de IS. Como parte del proceso de negociación, un potencial proveedor ha solicitado información confidencial como el número de directores contratados, sus localizaciones y las necesidades de uso previstas. ¿Puedo ofrecer esta información?*
- R:** Si facilitar información te ayuda a encontrar al proveedor adecuado, puedes facilitarla. No obstante, debes garantizar que cualquier información facilitada a proveedores externos, consultores y otras fuentes está protegida por un contrato de confidencialidad.

¿Necesitas más información?

Consulta las siguientes Políticas de Grupo disponibles en la Intranet:

- [Apertura y Confidencialidad.](#)
- [Gestión de Registros.](#)
- [Protección de Datos.](#)
- [Notificación de información financiera, incluyendo las cuentas anuales.](#)
- [Gestión y publicación de información financiera e interna.](#)
- [Gestión de Relaciones con el Inversor.](#)
- [Negociación con información interna.](#)
- [Gestión de Comunicaciones Corporativas del Grupo.](#)

Además, consulta las siguientes Directrices del Grupo:

- [Personas autorizadas a hablar con medios financieros.](#)

Necesitas asesoría, orientación o ayuda?

Consulta a:

- Tu superior inmediato.
- Tu abogado del mercado local.
- Director de Registros del Grupo.
- Área de Comunicación Corporativa.
- Área de Relaciones con el Inversor.

Para cuestiones de seguridad tecnológica o sistemas de información, consulte a los compañeros del Departamento de Informática.

10. Conflictos de interés

Nuestras decisiones comerciales siempre deben adoptarse teniendo en cuenta los mejores intereses de Imperial Tobacco y nunca debemos permitir que los intereses personales o familiares entren en conflicto con nuestras obligaciones respecto a la Empresa.

Un conflicto de interés puede surgir en las siguientes situaciones:

- Si tu pareja, familiar o pariente cercano es empleado por un competidor, proveedor o cliente de la Empresa.
- Si tienes un interés financiero con un competidor, proveedor o cliente real o potencial de la Empresa.
- Si tu pareja, familiar o pariente cercano trabajan para la Empresa o intentan trabajar para la Empresa.

Si tienes alguna razón para creer que te encuentras o puedes encontrarte en una posición en la que pueda producirse un conflicto de interés o la apariencia de un conflicto de interés, debes revelárselo a tu superior inmediato y al área de Cumplimiento del Grupo.

Puede suceder que no exista un conflicto de interés real o que el conflicto de interés, una vez conocido, pueda gestionarse adecuadamente.

Debemos:

- Evitar situaciones en las que nuestro interés personal o el de nuestra pareja, familiar o pariente cercano pudiera entrar en conflicto con los intereses de la Empresa.

No debemos:

- Utilizar nuestra situación en la Empresa para beneficio personal o para el beneficio de nuestra pareja, familiar o pariente cercano.

Preguntas y respuestas:

- P:** *Un familiar desea solicitar un puesto de trabajo en la Empresa, en la oficina donde trabajo. Creo que será un buen candidato. ¿Puede solicitar el puesto pese a nuestra relación?*
- R:** No hay problema en que un familiar solicite un puesto de trabajo en Imperial Tobacco, aunque debe revelar esa relación a Recursos Humanos y no participar en la entrevista, valoración o proceso de selección de candidatos, ya que esto garantizará que se evite la apariencia de un conflicto de interés.
- P:** *Estoy teniendo problemas para encontrar una empresa de limpieza fiable para nuestra nueva oficina. Mi tío es propietario de una empresa de limpieza y sé que su equipo haría un buen trabajo a buen precio. ¿Puedo contratar a la empresa de mi tío?*
- R:** Si tu tío presenta una oferta para la limpieza de la oficina, no se produciría un conflicto de interés mientras se aplique la Política de Abastecimiento de la Empresa. No obstante, deberías revelar tu relación personal y no participar en el proceso de abastecimiento o de toma de decisiones para evitar la apariencia de un conflicto de interés.

¿Necesitas más información?

Consulta las siguientes Políticas de Grupo disponibles en la Intranet:

- [Abastecimiento.](#)
- [Garantía de Seguridad de Proveedor.](#)
- [Empleo.](#)
- [Justicia en el Trabajo.](#)
- [Negociación con información interna.](#)

Necesitas asesoría, orientación o ayuda?

Consulta a:

- Tu superior inmediato.
- Cumplimiento del Grupo.

11. Negociación con información interna

Debemos garantizar que no infringimos las normas relativas a la información interna, a efectos de negociación.

Algunos ejemplos de “información interna” son:

- Resultados financieros antes de su publicación.
- Contenido de nuestro borrador de Informe Anual y Cuentas Anuales.
- Cambios organizativos importantes.
- Nuevos lanzamientos de producto.
- Cierres de fábricas o cualquier otra información sobre reestructuración.
- Noticias sobre posibles adquisiciones, enajenaciones, ofertas de compra, fusiones o alianzas.

Debemos:

- Cumplir con el Código de Imperial Tobacco respecto a “información interna”.
- Cumplir con nuestro Código de Negociación con Acciones, si nos afecta.

No debemos:

- Negociar con acciones de Imperial Tobacco o cualquier otro título basándonos en “información interna”, ya que hacerlo es un delito en muchos países.
- Recomendar a otra persona, de fuera o dentro de la Empresa, que compre o venda acciones basándonos en información interna.
- Utilizar información interna en relación a otras empresas.
- Participar en la distribución de información falsa o inexacta sobre acciones que cotizan públicamente con el fin de influir en el precio de dichas acciones, una práctica conocida como “abuso de mercado”.

Nota: Las acciones incluyen los “*American Depositary Shares*” (ADS o ADR).

Preguntas y respuestas:

P: *Estoy en posesión de información interna de Imperial Tobacco y sé que no puedo comprar nuestras acciones. Si se me ocurriera mencionar a mi pareja, que vive conmigo, que ahora puede ser un buen momento para comprar nuestras acciones, ¿estaría bien?*

R: No. Esto sería ilegal en diversos países y nuestro Código de Negociación con Acciones no lo permite. Si tu pareja compra acciones basándose en tu información, esto podría provocar que tú y tu pareja fuerais procesados por negociar utilizando información interna. Incluso aunque tu pareja no viva contigo, esto podría provocar que tú y tu pareja fuerais procesados por negociar utilizando información interna. En caso de que tengas alguna duda sobre lo que puedes o no hacer, solicita asesoramiento al Área de Secretaría del Grupo.

P: *En mi puesto de trabajo veo mucha información confidencial. Soy un entusiasta embajador de la Empresa y ahora mi hermana desea comprar acciones de nuestra Compañía. ¿Supone esto un problema?*

R: Tu hermana puede comprar acciones, aunque debe quedar muy claro que no puede existir ningún tipo de sugerencia respecto a que le hayas revelado información interna, ni incluso de forma accidental. Dependiendo de tu puesto en la empresa y tus relaciones familiares, puede que debas obtener autorización antes de que tu hermana compre acciones de Imperial Tobacco. Debes asesorarte a través de la Secretaría del Grupo.

¿Necesitas más información?

Consulta las siguientes Políticas de Grupo disponibles en la Intranet:

- [Negociación con información interna.](#)

Consulta, además, las siguientes Directrices del Grupo:

- [Código de Negociación con Acciones \(afecta a algunos empleados\).](#)
- [Información interna.](#)

Consulta también el apartado sobre Comunicaciones Externas en este Código de Conducta.

Necesitas asesoría, orientación o ayuda?

Consulta a:

- Secretaría del Grupo.

12. Comunicaciones externas

Nuestra reputación depende de nuestro comportamiento profesional y ético. Todo lo que hacemos y decimos y todo lo que nuestros agentes externos dicen acerca de nosotros define la reputación de Imperial Tobacco.

Debemos proteger la integridad de la información que ofrecemos, garantizando a todas las personas un acceso igualitario a información honesta y exacta.

Entre nuestros agentes externos se incluyen inversores, analistas, consumidores, medios de comunicación, nuestras comunidades y reguladores, políticos, gobiernos y socios comerciales, lo que engloba a nuestros proveedores, socios de negocio y clientes.

Los accionistas, analistas financieros, clientes y muchos otros dependen de nosotros para ofrecer información exacta y fiable acerca de las operaciones, rendimiento y previsión financiera de nuestra Empresa.

Muchos de nosotros tenemos contacto regular con uno o más grupos de agentes. En todos estos contactos debemos aplicar estrictamente la directriz establecida por el Área de Comunicación Corporativa. Además, también debemos comprender y cumplir los aspectos sobre Compromiso Político y Donaciones del Código de Conducta.

Debemos:

- Garantizar que no pueden producirse interpretaciones erróneas entre nuestros puntos de vista personal y los de la Empresa. Por ejemplo, no debemos utilizar los encabezamientos de carta, logotipos o sistema de correo electrónico de la Empresa para expresar puntos de vista personales o para cuestiones personales.
- Garantizar que los anuncios en medios de comunicación y comunicados de prensa se aprueban por una persona autorizada adecuada o por el Área de Comunicación Corporativa del Grupo.
- Garantizar que las presentaciones reglamentarias y las declaraciones públicas se aprueban por el Área de Asuntos Corporativos del Grupo.
- Desviar cualquier contacto realizado por parte de un inversor o analista financiero al equipo de Relaciones con el Inversor.
- Desviar las consultas de los medios de comunicación a una persona debidamente autorizada o al Área de Comunicación Corporativa del Grupo.

No debemos:

- Hablar o escribir sobre ninguna cuestión en nombre de la Empresa, a menos que estemos autorizados para hacerlo.
- Hablar o escribir de nada, en nombre de la Empresa, sobre cuestiones que escapen a nuestra propia área de responsabilidad.
- Escribir sobre ninguna cuestión en weblogs, a menos que dejemos claro, de forma explícita, que estamos expresando nuestros puntos de vista y opiniones personales y no los de la Empresa o los de la Dirección de la Empresa.

Preguntas y respuestas:

P: *Recientemente he recibido una invitación para presentar en calidad de ponente principal un evento externo y deseo hablar acerca del rendimiento financiero del Grupo, ¿debo solicitar autorización a alguien en primer lugar?*

R: Debes analizar la invitación con tu superior inmediato y garantizar que cualquier material de presentación sobre el rendimiento financiero del Grupo sea aprobado por el Área de Relaciones con el Inversor o el equipo de Comunicación Corporativa, antes de ser utilizado.

P: *El empaquetado genérico está siendo objeto de propuesta en mi mercado y estoy preparando una presentación para el proceso de consulta, ¿qué tipo de información está disponible? ¿Debo obtener la aprobación para la presentación?*

R: Deberías contactar con el Área de Asuntos Corporativos del Grupo para obtener más información y asesoramiento. Todas nuestras presentaciones recientes a los gobiernos están disponibles en el apartado sobre Asuntos Corporativos de la Intranet. Todas las presentaciones deben revisarse y aprobarse por el Área de Asuntos Corporativos del Grupo.

¿Necesitas más información?

Consulta las siguientes Políticas de Grupo disponibles en la Intranet:

- [Gestión de Comunicación Corporativa del Grupo.](#)
- [Relaciones con Inversores.](#)
- [Gestión y publicación de información financiera e interna.](#)
- [Notificación de información financiera, incluyendo las Cuentas Anuales.](#)
- [Apertura y Confidencialidad.](#)

Consulta, además, las siguientes Directrices del Grupo:

- [Personas autorizadas a hablar con los medios financieros.](#)

Consulta también los aspectos sobre Información Confidencial y Compromiso y donaciones políticas, disponibles en otros apartados del Código de Conducta.

Necesitas asesoría, orientación o ayuda?

Consulta a:

- Tu superior inmediato.
- Área de Relaciones con Inversores.
- Área de Asuntos Corporativos del Grupo.
- Área de Comunicación Corporativa del Grupo.



Confianza, respeto y responsabilidad



Nuestras actividades comerciales afectan, directa e indirectamente, a comunidades y sociedades de todo el mundo.

Estamos comprometidos en crear un entorno de trabajo que promueva la integridad, el trabajo en equipo, la diversidad y la confianza

Esta sección incluye:

Página

1. Discriminación y acoso	89
2. Entorno de trabajo saludable y seguro	92
3. Responsabilidades medioambientales	94
4. Derechos Humanos	96
5. Participación de la comunidad y aportaciones benéficas	99

Si estás preocupado por un asunto serio y cierto que crees no poder resolver a través de los canales normales, tal y como se describe en el apartado de Administración del Código de Conducta al final de este documento, debes utilizar nuestra Política de denuncia de irregularidades (*Whistleblowing*).



1. Discriminación y acoso

Todos debemos contribuir a que nuestro lugar de trabajo sea justo, respetuoso y esté libre de cualquier tipo de acoso, discriminación o cualquier otra forma de comportamiento degradante.

Cualquier acción que probablemente infrinja este principio y en particular, cualquier forma de acoso o intimidación, no es aceptable y no debe tolerarse.

Debemos garantizar que ninguno de nuestros compañeros sufre acciones o comportamientos no deseados por causa de su edad, raza, origen, género, orientación sexual, discapacidad, opinión política, religión, estado civil, o estado físico o mental. Otros comportamientos inaceptables incluyen insultos de carácter ofensivo o potencialmente ofensivo, incluyendo aquellos de naturaleza racial, étnica, religiosa, política o sexual, la distribución o muestra de materiales ofensivos, y el uso del correo de voz, el correo electrónico u otros dispositivos electrónicos para comunicar información insultante o discriminatoria.

También tenemos la responsabilidad de cumplir el compromiso de la Empresa para garantizar que ofrecemos un entorno de trabajo de igualdad de oportunidades en el que los puestos de trabajo se adjudican al candidato más adecuado y todas las personas reciben una remuneración justa, según sus habilidades, actitudes, capacidad, experiencia, titulación y rendimiento.

Relaciones del empleado

Debemos asegurarnos de que los empleados de todas las localizaciones están empleados con justicia, seguridad y en cumplimiento de todas las leyes y reglamentos locales sobre empleo.

En los países en los que los comités de empresa, los sindicatos y las asociaciones de trabajadores existan, debemos mantener una relación abierta y justa con los mismos.

Respeto entre fumadores y no fumadores

Debemos ser igualmente respetuosos con los fumadores y los no fumadores. Los fumadores deben demostrar que comprenden las preferencias de los compañeros no fumadores, particularmente cuando trabajen en zonas cerradas como oficinas compartidas o salas de reuniones, incluso en situaciones en las que por ley, esté permitido fumar en dichas zonas. Igualmente, los no fumadores deben ser respetuosos con los compañeros que deseen fumar y trabajar con ellos para establecer acuerdos mutuamente aceptables.

Debemos:

- Tratar a todos los compañeros de forma justa y equitativa, de acuerdo a su capacidad para lograr los requerimientos y exigencias de su trabajo.
- Demostrar respeto por las culturas que puedan diferir de la nuestra.
- Contratar, desarrollar, promocionar, establecer y ofrecer otras condiciones de empleo, independientemente de la edad, raza, origen, género, orientación sexual, discapacidad, opinión política, religión, estado civil o estado físico o mental de la persona o cualquier otra condición legalmente protegida.
- Adaptarnos razonablemente a las discapacidades, creencias o prácticas religiosas de los empleados.

No debemos:

- Permitir que ningún factor discriminatorio influya en nuestras decisiones, ya sea directa o indirectamente, respecto a la contratación, remuneración o desarrollo profesional de una persona.
- Participar en ningún tipo de acoso o abuso, o en ningún comportamiento que pudiera considerarse ofensivo, intimidatorio, malicioso o insultante.
- Aceptar o involucrarnos en ningún tipo de comportamiento que excluya a una persona o grupo de personas de actividades de equipo o grupo, compromisos sociales, eventos de equipo o cualquier otra actividad que tenga lugar en tu equipo.
- Aceptar o participar en comportamientos que creen un entorno de trabajo hostil.

Preguntas y respuestas:

P: *Uno de mis compañeros puede llegar a ser muy ofensivo con los miembros de nuestro equipo. Sé que logra buenos resultados aunque su actitud tiene un impacto negativo y uno de mis compañeros ya está hablando de dejar la empresa. Me preocupa que si elevo la cuestión, podría empeorar la situación. ¿Qué debería hacer?*

R: Es posible que tu compañero no sea consciente de que sus comentarios están teniendo un impacto negativo en el resto de compañeros. Deberías hablar con él sobre este asunto. Si la conversación no tiene éxito, analiza el asunto con tu superior inmediato o con el Director de Recursos Humanos.

P: *Uno de los miembros de mi reputado equipo, compuesto solo por hombres, se jubiló recientemente y la notificación de la vacante ha atraído las solicitudes de muchas mujeres. No había considerado ocupar el puesto con una mujer, ya que hay que viajar mucho en este puesto. ¿Qué debería hacer?*

R: Cualquier candidato que tenga las habilidades y la capacidad para hacer el trabajo debería considerarse igualmente para una entrevista. No debes discriminar a nadie. Debes seguir nuestro proceso de valoración y entrevista y designar, de forma objetiva, al mejor candidato para el puesto.

¿Necesitas más información?

Consulta las siguientes Políticas de Grupo disponibles en la Intranet:

- [Compromiso del Empleado.](#)
- [Empleo.](#)
- [Justicia en el Trabajo.](#)
- [Provisión y uso de tecnología de comunicaciones electrónicas.](#)
- [Fumar en el lugar de trabajo.](#)

Consulta también el apartado sobre [Derechos Humanos](#), disponible en este Código de Conducta.

Necesitas asesoría, orientación o ayuda?

Consulta a:

- Tu superior inmediato.
- Tu Director de Recursos Humanos.

2. Entorno de trabajo saludable y seguro

Debemos comportarnos de un modo que promueva una cultura de Seguridad e Higiene positiva y que cuestione los comportamientos inaceptables o potencialmente peligrosos.

Debemos:

- Llevar a cabo nuestro trabajo cumpliendo con las leyes de Seguridad e Higiene y nuestra propia normativa sobre Salud, Seguridad y Medio Ambiente, ya que ésta puede superar lo establecido en la legislación local.
- Comprender los peligros, riesgos y medidas de control de nuestras propias actividades y entorno.
- Saber qué hacer en una situación de emergencia y evaluar nuestra comprensión.
- Considerar, de forma proactiva, nuestra propia seguridad e higiene y la de los compañeros y otras personas.
- Integrar las consideraciones sobre seguridad e higiene en nuestras actividades de trabajo diarias.
- Notificar todos los accidentes, incidentes, fallos e infracciones del cumplimiento sobre Seguridad e Higiene de los Trabajadores a tu director local de Seguridad e Higiene.

No debemos:

- Aceptar o ignorar ninguna práctica sospechosa defectuosa relacionada con la seguridad e higiene.

Preguntas y respuestas:

- P:** *Los principios de seguridad en el trabajo de Imperial Tobacco superan lo exigido en el país donde trabajo. La mayoría de empresas locales cumple los requisitos locales, ya que son menos estrictos. ¿Podemos hacer lo mismo?*
- R:** Como Empresa, estamos comprometidos a superar el cumplimiento legal básico para cuidar de nuestros empleados, incluso si esto implica que excedamos la legislación local.
- P:** *Recientemente me tropecé en una superficie irregular en la fábrica. No me lesioné, pero alguien me comentó que debía notificar el incidente. ¿Es esto cierto?*
- R:** Es importante notificar los peligros o incidentes leves a tu superior inmediato, de modo que puedan abordarse antes de que te provoquen daños a ti o a cualquier otra persona.
- P:** *Soy representante de ventas. En mi trabajo, debo conducir en ocasiones por zonas urbanas oscuras llevando productos de la Empresa en mi coche. En ocasiones, no me siento seguro. ¿Puedo hacer algo?*
- R:** Comienza preguntando a tus compañeros de equipo qué hacen en situaciones similares. Hay muchas cosas que puedes hacer personalmente para reducir el riesgo. Deberías realizar una valoración del riesgo personal y notificar cualquier incidente que altere ese riesgo. Las directrices de seguridad personal y formación están disponibles en el apartado sobre Seguridad e Higiene de los Trabajadores y Medioambiente de la Intranet. Deberías comentar tus preocupaciones con tu superior inmediato y obtener asesoramiento del mismo.

¿Necesitas más información?

Consulta las siguientes Políticas de Grupo disponibles en la Intranet:

- [Seguridad e Higiene de los Trabajadores y Medioambiente.](#)
- [Protección de la Salud y Bienestar.](#)

Necesitas asesoría, orientación o ayuda?

Consulta a:

- Tu superior inmediato.
- Tu delegado local de Salud y Seguridad.
- Tu Director de Recursos Humanos.

3. Responsabilidades medioambientales

Estamos comprometidos a introducir modos de trabajo más sostenibles en términos de medio ambiente. Todos tenemos una función que desempeñar en la reducción del impacto que nuestras actividades tienen en el medioambiente.

Debemos:

Reducir el impacto de nuestras actividades diarias en el medioambiente mediante:

- Favoreciendo el uso de materiales renovables y el desarrollo de empaquetados medioambientalmente sostenibles, al mismo tiempo que continuamos cumpliendo las expectativas del cliente y las preferencias del consumidor.
- Modificando nuestro propio comportamiento para reducir nuestro impacto en el entorno, mediante la reducción de residuos, recortando viajes innecesarios y ahorrando agua y energía.
- Garantizando que los residuos inevitables se reutilizan, reciclan o eliminan de un modo responsable.
- Adaptando todas las acciones necesarias para evitar las infracciones de nuestra Política de Seguridad e Higiene de los Trabajadores y Medioambiente.
- Informando a nuestro superior inmediato o al delegado local de Seguridad, Higiene y Medioambiente de todos los escapes o emisiones anormales al aire o al agua.

No debemos:

- Ignorar o aceptar cualquier infracción sospechosa o conocida de nuestra Política de Seguridad e Higiene de los Trabajadores y Medioambiente.

Preguntas y respuestas:

- P:** *Las pequeñas empresas locales se han quejado recientemente de olores procedentes de nuestra fábrica, ubicada en los alrededores. No olemos nada anormal. ¿Deberíamos ignorar estas quejas?*
- R:** No. Debemos responder e investigar todas las quejas del área circundante. Debes identificar a la persona del centro responsable de la gestión medioambiental y explicarle la situación. Él investigará el asunto según nuestros principios y orientación y responderá consecuentemente.
- P:** *Mi tío trabaja para el contratista local de eliminación de residuos y aguas residuales que limpia el material de residuos de la fábrica una vez a la semana. Me dijo recientemente que su jefe le ordena regularmente tirar los residuos recogidos en el centro a un área de tierra vacía cercana al río para evitar llevar el material a sus instalaciones y eliminarlos de forma adecuada. ¿Debería ignorar esta información?*
- R:** Mi tío trabaja para el contratista local de eliminación de residuos y aguas residuales que limpia el material de residuos de la fábrica una vez a la semana. Me dijo recientemente que su jefe le ordena regularmente tirar los residuos recogidos en el centro a un área de tierra vacía cercana al río para evitar llevar el material a sus instalaciones y eliminarlos de forma adecuada. ¿Debería ignorar esta información?

¿Necesitas más información?

Consulta las siguientes Políticas de Grupo disponibles en la Intranet:

- [Seguridad e Higiene de los Trabajadores y Medioambiente.](#)
- [Desarrollo de Producto y Proceso.](#)

Además, en la Intranet puedes acceder a una formación interactiva sobre conocimiento medioambiental y en el apartado sobre [Responsabilidad Social Corporativa](#) tienes otra información importante.

Necesitas asesoría, orientación o ayuda?

Consulta a:

- Tu superior inmediato.
- Equipo de Seguridad e Higiene de los Trabajadores y Medioambiente del Grupo.

4. Derechos Humanos

Debemos promover y proteger los Derechos Humanos y garantizar que no contribuimos, directa o indirectamente, a ninguna violación de esos Derechos.

Debemos trabajar para erradicar las violaciones de los Derechos Humanos que puedan existir en el mercado laboral, particularmente en el caso de que estén relacionadas, de cualquier forma, con nuestra actividad comercial o cadena de suministro.

Debemos:

- Buscar pruebas de incumplimiento real o potencial, particularmente en zonas en las que se sepa o creas que existen, cuestiones sobre trabajo infantil o trabajo forzoso, y colaborar con otros agentes para afrontar conjuntamente estos asuntos.
- Apoyar, orientar y trabajar con otros grupos de interés y gobiernos con el fin de ayudarles en las iniciativas dirigidas a erradicar las violaciones de los Derechos Humanos.
- Trabajar con nuestros proveedores, licenciarios, agentes y asociados para fomentar y apoyar la aplicación de principios respecto a la edad mínima laboral y el trabajo forzoso.
- Fomentar que todos los que trabajen con nosotros, directa o indirectamente, cumplen nuestros principios.
- Proteger el derecho de todos los empleados para permitir la libertad de pensamiento, conciencia y religión, así como la libertad de opinión y expresión, tal y como establece el apartado “Discriminación y acoso” de este Código de Conducta.
- Respetar los derechos de todos los empleados ante cualquier infracción de su derecho a una protección equitativa frente a discriminaciones, tal y como establece el apartado “Discriminación y acoso” de este Código de Conducta.

No debemos:

- Contratar a ninguna persona menor de quince años, de la edad laboral mínima aplicada en el mercado local o de la edad de escolarización obligatoria. La que sea superior.
- Permitir o realizar distinción alguna frente a ningún empleado, basándonos en la situación política, religiosa o jurisdiccional del país o territorio al que pertenezca, garantizando, cuando sea necesario, que los permisos de trabajo válidos están en vigor para aquellos que trabajen fuera de su país de origen.
- Permitir cualquier discriminación que surja del derecho de un empleado a participar libremente en la cultura de su comunidad.

Preguntas y respuestas:

P: *Nos encontramos en proceso de establecer una asociación con un nuevo proveedor, aunque nos preocupa el hecho de que las condiciones de trabajo de sus empleados estén por debajo de los niveles previstos. El proveedor se ha comprometido con nosotros a que este asunto se resolverá en caso de lograr nuestro contrato. Dado este compromiso, ¿seguimos adelante?*

R: Esperamos que nuestros proveedores traten a sus empleados de forma justa, lo que incluye unas condiciones que no requieran que los empleados trabajen horas excesivas, particularmente cuando esto puede afectar a los Derechos Humanos y a la Seguridad e Higiene de los empleados. Debes comentar el asunto con tu superior inmediato o las áreas de Abastecimiento o Asesoría Jurídica del Grupo, quienes te asesorarán sobre las medidas que debes adoptar.

¿Necesitas más información?

Consulta las siguientes Políticas de Grupo disponibles en la Intranet:

- [Derechos Humanos.](#)
- [Protección de Datos.](#)
- [Empleo.](#)
- [Equidad en el Trabajo.](#)
- [Garantía de Seguridad de Proveedor.](#)
- [Desarrollo Comercial.](#)

Necesitas asesoría, orientación o ayuda?

Consulta a:

- Tu superior inmediato.
- Tu director de Recursos Humanos.
- Área de Responsabilidad Social Corporativa del Grupo.
- Área de Cumplimiento del Grupo.
- Área Jurídica del Grupo.

5. Participación en la comunidad y aportaciones benéficas

Estamos comprometidos a realizar una aportación positiva en aquellas comunidades donde trabajamos y de las que obtenemos tabaco, apoyando y fomentando la participación del empleado en las actividades de la comunidad local.

Debemos:

- Obtener la aprobación previa del Comité de Inversión en la Comunidad antes de comprometer el apoyo, en nombre de la Empresa, a ninguna organización de carácter benéfico o comunidad.
- Tener un especial cuidado cuando consideremos realizar aportaciones benéficas o inversiones en la Comunidad y pedir previamente una solicitud a los clientes, socios de negocio, políticos o funcionarios públicos (consultar los apartados sobre Conflictos de interés, Contra el soborno y la corrupción, Gratificaciones y Obsequios y actividades de ocio de este Código de Conducta.
- Considerar la sensibilidad de cualquier proyecto de inversión en la Comunidad que pueda tener una relación con menores.
- Consultar nuestros Principios de Marketing Internacional para garantizar que cualquier propuesta de donación o inversión no infringe de ningún modo nuestra propia política.

No debemos:

- Realizar una inversión en la Comunidad o una donación a ninguna entidad benéfica no registrada, a organizaciones sin ánimo de lucro que sean informales o no estén reconocidas, o a personas u organizaciones sobre las que no se haya realizado un proceso de debida diligencia.

La Intranet ofrece apoyo y orientación respecto a nuestro Programa de Inversión de Comunidad, incluyendo las áreas clave de atención de la Empresa y los criterios según los cuales se aprueban las solicitudes de financiación.

Preguntas y respuestas:

P: *Formo parte de una organización benéfica local que apoya a adultos con enfermedades terminales en nuestra Comunidad. Me han solicitado una donación de regalos para una subasta en un evento de recaudación de fondos. ¿Puedo entregar a esta organización benéfica algunos artículos?*

R: Depende mucho del tamaño y naturaleza de la solicitud que hayas recibido. Tus compañeros pueden ayudarte a establecer lo que sucede normalmente en su mercado y su experiencia te permitirá ofrecer recomendaciones razonables a tu superior inmediato, quien debe acordar la donación antes de que anticipes la cuestión. En situaciones en las que recibas una solicitud de donación considerable, también debes consultar a tu comité benéfico regional. Las donaciones solamente pueden entregarse a organizaciones benéficas registradas.

P: *Un funcionario público local nos ha solicitado una donación para ayudar a crear jardines comunitarios con vistas a mejorar el entorno local en la zona donde estamos ampliando nuestras operaciones. ¿Puedo presentar una propuesta para este programa de inversión en la comunidad?*

R: Nos gusta apoyar a las comunidades en las que trabajamos, por lo que puedes presentar una propuesta. Debes aclarar la relación, de forma que tu propuesta se pueda considerar adecuadamente por parte del Comité de Inversión en la Comunidad.

En estas situaciones, debe prestarse especial atención, ya que cualquier donación puede malinterpretarse y considerarse como donación política, soborno o gratificación. Para obtener más información, consulta el apartado “Contra el soborno y la corrupción” de este Código de Conducta.

¿Necesitas más información?

Consulta las siguientes Políticas de Grupo disponibles en la Intranet:

- [Inversión en la Comunidad.](#)

Consulta también el apartado sobre [Responsabilidad Social Corporativa](#) de la Intranet.

Puedes obtener más información en las siguientes secciones de este Código de Conducta:

- [Contra el soborno y la corrupción.](#)
- [Obsequios y actividades de ocio.](#)
- [Sanciones internacionales y restricciones comerciales.](#)
- [Donaciones políticas.](#)

Necesitas asesoría, orientación o ayuda?

Consulta a:

- Tu superior inmediato.
- Al Comité de Inversión en la Comunidad.
- Área de Responsabilidad Social Corporativa del Grupo.



Administración del Código de Conducta



Nuestro Código de Conducta está específicamente diseñado para garantizar la coherencia en el cumplimiento de la gestión de nuestras actividades comerciales, tanto dentro como fuera de la Empresa.

Imperial Tobacco está comprometida con la verdad, la apertura y la objetividad en todas sus actividades.

Los procedimientos para investigar y gestionar las posibles infracciones del Código de Conducta se han elaborado garantizando la coherencia del proceso en toda la Empresa.

Responsabilidades

La Consejera Delegada es responsable de administrar nuestro Código de Conducta. La supervisión operativa está dirigida por el Secretario del Consejo, el Director de Integridad Comercial y el Director de Recursos Humanos del Grupo.

Notificación y registro de posibles infracciones del Código de Conducta

Si sospechas que se ha producido una infracción de la ley o de nuestro Código de Conducta, deberías preguntarte a ti mismo si la posible infracción tiene una naturaleza que exija el anonimato.

Si crees que es así, entonces deberías presentar la cuestión de manera anónima mediante los procedimientos establecidos en nuestra Política de denuncia de irregularidades (*Whistleblowing*).

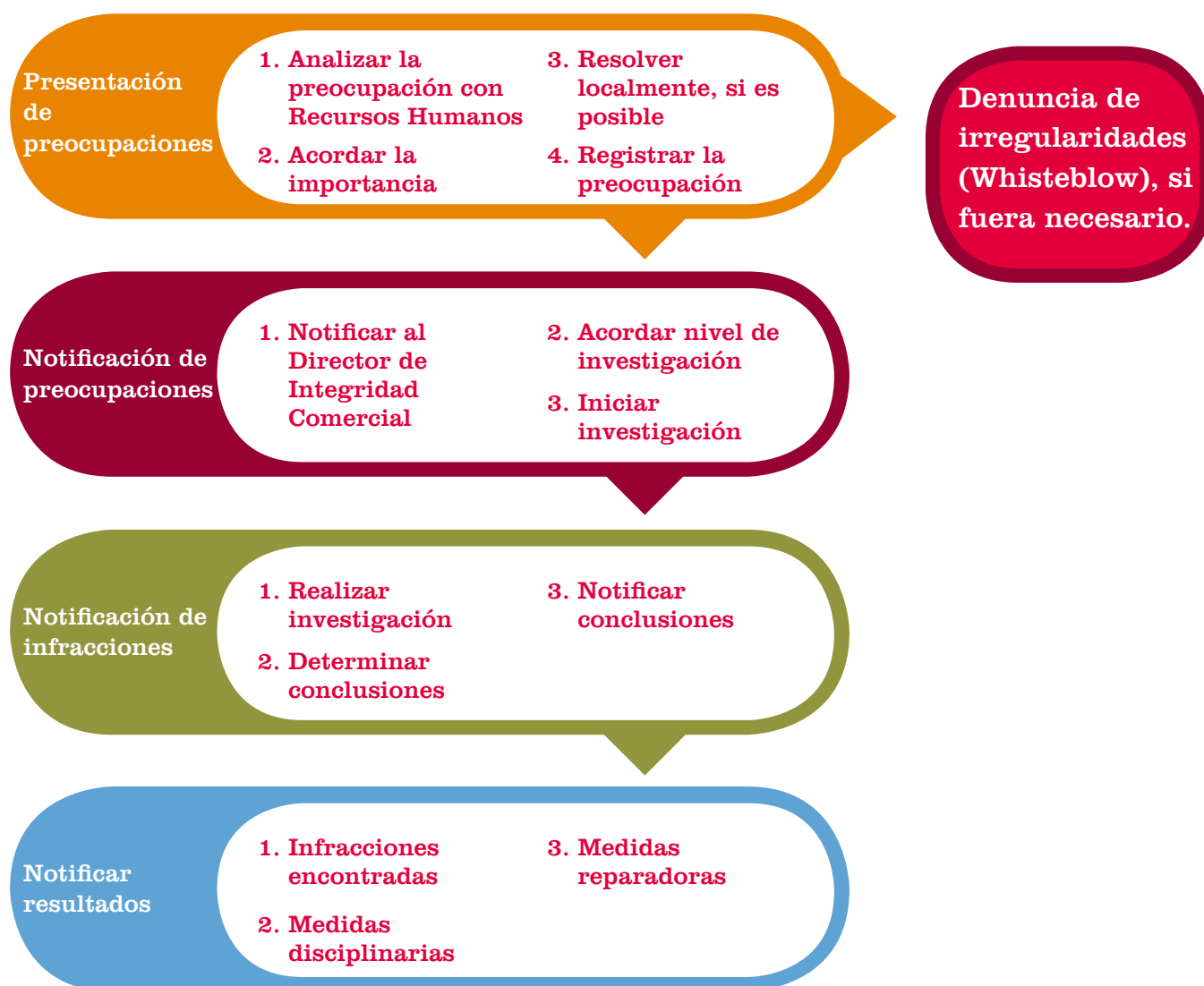
Es probable que las preocupaciones ciertas y relevantes estén relacionadas con alguna acción que se te haya ordenado o una situación vinculada al comportamiento de otras personas. Dichas preocupaciones están relacionadas a menudo con cuestiones graves como:

- Actividades delictivas sospechosas.
- Incumplimiento de notificación del posible extravío de producto por parte de un cliente o proveedor.
- Soborno, fraude y cualquier otra forma de práctica corrupta o deshonesta.
- Falsificación de los registros o cuentas de la Empresa.
- Facilitación deliberada de datos o información inexacta.
- Robo o uso erróneo de la propiedad o activos de la Empresa.
- Conflictos de interés.
- Infracción de los procedimientos o la legislación sobre Seguridad, Higiene o Medioambiente.
- Discriminación u otro tratamiento innecesario o perjudicial contra cualquier persona.

La mayoría de las preocupaciones que puedas tener pueden gestionarse normalmente por el Director de Recursos Humanos correspondiente. Analiza tu preocupación con él, quien te ayudará a establecer una visión equilibrada e imparcial. Muchos de estos casos no suponen una infracción del Código de Conducta y pueden gestionarse a través de los procedimientos locales.

Este intercambio de opiniones permitirá a ambas partes acordar si el asunto puede resolverse localmente o si se ha producido una posible infracción del Código de Conducta. Si se identifica una potencial infracción, entonces, el Director de Recursos Humanos debe registrarla cumplimentado un Informe de Código de Conducta y garantizando que se facilita la mayor información posible. Todos los informes de Código de Conducta deben enviarse inmediatamente al Director de Integridad Comercial, quien determinará, de acuerdo con el Director de Recursos Humanos, si debe llevarse a cabo una investigación a escala local o por parte del Área de Integridad Comercial.

Si la persona que ha expuesto su preocupación inicial no considera que el asunto se haya gestionado adecuadamente, entonces puede presentarla ante instancias superiores mediante el procedimiento de denuncia de irregularidades (*Whistleblowing*).



Represalias

Las represalias contra los empleados que notifiquen una posible infracción de la ley o de nuestro Código de Conducta se considerarán, en sí mismas, una infracción del Código de Conducta. Aquellos que se demuestre hayan estado implicados en la represalia alegada, serán objeto de investigación y si fuera necesario, se adoptarán otras medidas.

Investigación de posibles infracciones de nuestro Código de Conducta

Si una notificación de una posible infracción de nuestro Código de Conducta no puede resolverse inmediatamente, entonces, se llevará a cabo una investigación. Todas las investigaciones se desarrollan exhaustiva y equitativamente, en cumplimiento del Código de Conducta de la Empresa, los requisitos legales locales y de acuerdo con los Derechos Humanos del empleado.

Principios de las investigaciones

De acuerdo con el registro y la notificación de posibles infracciones del Código (ver más arriba), las investigaciones seguirán un proceso en el que los directores de Recursos Humanos e Integridad Comercial decidirán, conjuntamente, si la preocupación se investigará localmente o por el área de Integridad Comercial. Para garantizar la equidad y objetividad del proceso, el órgano investigador estará compuesto, cuando sea necesario, de personas ajenas al entorno de trabajo en el que la supuesta infracción se haya producido.

Las investigaciones se:

- Realizarán lo más rápido posible para evitar cualquier injusticia que surja frente a cualquier implicado.
- Llevarán a cabo de modo que se respeten completamente los Derechos Humanos de la persona y garanticen que los derechos de otras personas no se infringen. Esto incluye garantizar que los presuntos implicados son plenamente conscientes de las acusaciones que se han realizado en su contra.
- Basarán en pruebas, incluyendo pruebas documentales, así como las declaraciones de testigos.
- Llevarán a cabo de forma profesional y confidencial.
- Llevarán a cabo de acuerdo con la práctica local y garantizará que los implicados tienen derecho de representación en el proceso de investigación.
- Incluirán la transparencia de la documentación o evidencia oral recopiladas, que serán confidenciales de acuerdo con los derechos de los empleados y la legislación relevante.

Cuando una investigación demuestre, razonablemente, que se ha producido una infracción del Código de Conducta, se adoptarán otras medidas, que pueden incluir medidas de tipo disciplinario.

Medidas disciplinarias

Se seguirán los procedimientos disciplinarios habituales y, cuando se haya producido una infracción del Código de Conducta, se adoptarán las medidas disciplinarias adecuadas, incluido el despido.

En caso de que cualquier infracción demostrada del Código de Conducta tenga también carácter delictivo, la Empresa apoyará a la autoridad relevante en el proceso inculpativo de las personas implicadas.

Después de todas las investigaciones del Código de Conducta, si se demuestra que algún empleado ha infringido el Código de Conducta, este empleado tendrá acceso a los datos de las conclusiones de la investigación y de la decisión final, incluyendo copias de cualquier carta formal emitida y adjunta a su archivo personal. Los empleados deben ser conscientes de que dicha información puede mantenerse como parte de su registro de empleo durante un periodo de tiempo, según determinen los acuerdos y la legislación local.

Derechos de apelación

Todas las personas que se demuestre han infringido el Código de Conducta tendrán derecho a una apelación independiente contra la decisión y la medida propuesta. La información sobre la apelación estará disponible a través de su Director de Recursos Humanos o representante de Imperial Tobacco.

Notificación

Todas las localidades son responsables de notificar, honesta y exactamente, todas las infracciones reales o posibles del Código de Conducta.

Los directores de Recursos Humanos deben cumplimentar en cada caso un Informe de *Código de Conducta*. Este informe debe enviarse inmediatamente al Director de Integridad Comercial. Para obtener información relativa a cómo se gestionará la preocupación notificada, consulta los apartados *Registro y Notificación de Infracciones del Código*, *Investigación de Posible Infracción del Código* y *Principios de Investigación*.

El área de Integridad Comercial informará a la Consejera Delegada, al Secretario del Consejo y al Director de Recursos Humanos de Grupo de todas las investigaciones de infracciones llevadas a cabo y pendientes del Código de Conducta, con las decisiones finales, medidas disciplinarias iniciadas y medidas correctivas adoptadas. El Secretario del Consejo informará al Comité de Auditoría del Grupo y al Comité de Coordinación de Riesgo de todos los delitos menores graves.

Firmas y reconocimiento

Todos los empleados actuales y nuevos deben firmar un documento de reconocimiento, confirmando que han leído el Código de Conducta y que acatarán sus disposiciones.

Todos los empleados deberán realizar reconocimientos similares de forma periódica.

El hecho de no haber leído el Código de Conducta o firmado el reconocimiento no excusará a ninguna persona del cumplimiento de dicho Código.



Recursos



Intranet

El apartado sobre Documentos Corporativos de la Intranet contiene diversos recursos y otros documentos que ayudan a garantizar que todas nuestras actividades comerciales se desarrollan con la máxima integridad.

[Captura de pantalla del apartado sobre Documentos Corporativos de la Intranet, una vez esté finalizada]

Formación

Tras la publicación del Código de Conducta actualizado, se celebrarán diversos talleres regionales. Para obtener más información sobre los detalles y fechas de los talleres, contacta con el Director de Proyecto de Documentos Corporativos. (Véase a continuación).

Información general

Para obtener información general sobre los Documentos Corporativos, el equipo de proyecto está disponible en la dirección commercial.integrity@uk.imptob.com o también a través del propio Director.

Nombre:	Dugald Yuill, Director de Proyecto de Documentos Corporativos
Localización:	Central Marketing, Farnham Royal
Dirección:	Farnham House, Farnham Lane, Slough, Bucks SL2 3RQ
Teléfono:	+44 (0) 1753 669600
Correo electrónico:	dugald.yuill@uk.imptob.com ; commercial.integrity@uk.imptob.com

Información de contactos

Nombre: Matthew Phillips, Director Jurídico y Secretario del Consejo

Localización: Imperial Tobacco Corporate Centre

Dirección: Upton Road, Southville, Bristol BS3 1QZ, UK

Teléfono: +44 (0) 117 963 6636

Correo electrónico: matthew.phillips@uk.imptob.com

Nombre: Kathryn Turner, Directora de Recursos Humanos del Grupo

Localización: Imperial Tobacco Corporate Centre

Dirección: Upton Road, Southville, Bristol BS3 1QZ, UK

Teléfono: +44 (0) 117 963 6636

Correo electrónico: kathryn.turner@uk.imptob.com

Nombre: Adrian Welsh, Director de Integridad Comercial

Localización: Imperial Tobacco Corporate Centre

Dirección: Upton Road, Southville, Bristol BS3 1QZ, UK

Teléfono: +44 (0) 117 963 6636

Correo electrónico: adrian.welsh@uk.imptob.com

Nombre: Steve Haigh, Jefe de Cumplimiento del Grupo

Localización: Imperial Tobacco International

Dirección: PO Box 76, Lenton Industrial Estate,
Nottingham NG7 5PL, UK

Teléfono: +44 (0) 115 924 2888

Correo electrónico: steve.haigh@uk.imptob.com

Nombre: John Downing,
Director Jurídico Ejecutivo, Área Jurídica del Grupo

Localización: Imperial Tobacco Corporate Centre

Dirección: Upton Road, Southville, Bristol BS3 1QZ, UK

Teléfono: +44 (0) 117 963 6636

Correo electrónico: john.downing@uk.imptob.com