

## GRUPO HERDEZ

### POLÍTICA DE ÉTICA PUBLICITARIA



Los empleados de las empresas asociadas, afiliadas y/o subsidiarias de Grupo Herdez que tengan la responsabilidad de desarrollar estrategias e implementar acciones relacionadas con la publicidad de las marcas, productos y servicios de Grupo Herdez, deberán apegarse invariablemente a las siguientes directrices en materia de publicidad:

- Nuestra publicidad deberá ser veraz y no crear falsas expectativas o prometer atributos inexistentes o no comprobados. Las promesas deberán cumplirse para generar confianza del consumidor.
- Nuestra publicidad debe cumplir con las leyes y reglamentos aplicables y, en ningún caso, deberá poner en riesgo la reputación de la empresa, sus marcas, sus productos y/o servicios.
- Nuestra publicidad no debe denigrar, agredir o humillar a personas, grupos sociales, credos, ni ideologías.
- La publicidad de nuestras marcas, productos y servicios debe ser congruente con la filosofía de la empresa, debe enaltecer los valores universales y los de Grupo Herdez, y no debe asociarse con imágenes violentas, sexuales o que denigren al ser humano, los animales, el medioambiente o la sociedad.
- Nuestra publicidad no deberá atacar directamente a la competencia o hacer referencia a la misma de manera directa y debe basarse en enaltecer nuestros valores, verdades y atributos.
- Nuestra publicidad no debe asociarse a temas o personas que puedan generar división en la opinión pública.
- Nuestros patrocinios deberán ser en eventos o empresas cuya filosofía sea congruente con la de Grupo Herdez y respetando las directrices de esta política.

Todo lo anterior implica que aquellas agencias de publicidad, centrales de medios, boutiques creativas, productoras creativas y demás empresas que sean subcontratadas por Grupo Herdez o sus empresas asociadas, subsidiarias y/o afiliadas para contribuir al desarrollo publicitario de la Compañía, estarán obligadas a cumplir con esta política y la normatividad legal.

Lic. Héctor Hernández-Pons Torres  
Director General  
2 de agosto, 2010.