



Nuestra Tradición de Integridad



“Nuestro negocio
está basado en la
integridad y
el buen criterio”.

J.W. Marriott, Jr.





Estimado colega:

La reputación y el éxito continuo de Marriott como líder mundial en hotelería se basan en nuestra dedicación al servicio y a la integridad comercial, y en nuestra aplicación sistemática de altos estándares en todo lo que hacemos.

Desde los inicios, la fundamental dedicación al trabajo arduo, las prácticas comerciales equitativas y el respeto por los demás han determinado nuestras decisiones diarias y han guiado nuestras relaciones con todos nuestros accionistas – asociados, propietarios, socios empresariales, franquiciados, clientes y las comunidades en las que trabajamos.

Nuestro compromiso con ser un ciudadano corporativo responsable no ha cambiado desde 1927. Las decisiones que no reflejan nuestros valores fundamentales de integridad, honestidad y equidad pueden poner en riesgo nuestra competitividad, conducir a pérdidas económicas significativas y perjudicar a nuestros asociados.

Dado que nuestra compañía se basa en la integridad y el buen criterio, este Código de Conducta Empresarial y las políticas relacionadas de la compañía se desarrollaron para brindar a todos los miembros de la comunidad de Marriott orientación no solo acerca de lo que es legal, sino también acerca de lo que es correcto.

Este Código apoya nuestra promesa de mantener estándares comerciales inflexibles y un entorno laboral equitativo y ético.

Todos los que actuamos en nombre de Marriott somos responsables de mantener... **Nuestra Tradición de Integridad.**

Atentamente,

A handwritten signature in black ink that reads 'Bill Marriott'.

J.W. Marriott, Jr.
Director General
Presidente de la Junta Directiva de Marriott International, Inc.

Continúe la tradición de integridad de Marriott

Sea preciso, honesto y equitativo.

Evite incluso la apariencia de un comportamiento incorrecto.

Obedezca las leyes.

Entienda las consecuencias de sus acciones.

Sea digno de confianza.

Trate a los demás con respeto y dignidad.

Trabaje por el bien de la comunidad.

Introducción	2	salto de sección→
Expectativas y responsabilidades.....	2	
Responsabilidades del liderazgo de Marriott	3	
Informe confidencial y Política contra las Represalias	4	
Dónde obtener ayuda	5	
Actuar con honestidad e integridad	7	salto de sección→
Libros contables, registros contables e informes exactos	8	
Trato equitativo a los clientes	10	
Ley de competencia y antimonopolio	11	
Trato justo a los competidores	13	
Sobornos y regalos inapropiados en el ámbito empresarial.....	14	
Interacción honesta con el gobierno	17	salto de sección→
Sobornos, propinas ilegales y regalos	18	
Actividades y contribuciones políticas	21	
Cabildeo	22	
Brindar información al gobierno.....	23	
Boicots y restricciones comerciales	23	
Protección de los activos y de la reputación de Marriott	25	salto de sección→
Uso apropiado de los activos de Marriott	26	
Protección de la información confidencial	27	
Tráfico de información privilegiada	29	
Protección de los intereses comerciales legítimos de Marriott	30	
Uso del tiempo del asociado.....	31	
Conflictos de intereses.....	32	
Oportunidades corporativas	33	
Protección y respeto hacia los clientes y asociados	35	salto de sección→
Lugar de trabajo justo y libre de acoso.....	36	
Salud, seguridad ocupacional y seguridad personal	37	
Privacidad del cliente y del asociado	37	
Fomento del bien común	39	salto de sección→
Espíritu comunitario	40	
Apoyo a los derechos humanos y la dignidad humana.....	40	
Responsabilidad medioambiental.....	41	



Expectativas y responsabilidades

Todos los días, recibimos huéspedes, llevamos a cabo actividades comerciales, y tomamos decisiones y hacemos elecciones en nombre de Marriott International, Inc. (“Marriott”) y todas las marcas de Marriott.

Todos los días, nos enfrentamos a situaciones que ponen a prueba nuestros valores, nuestras creencias y nuestro criterio.

La reputación de Marriott está construida sobre la base de las acciones de todos los que trabajamos en nombre de Marriott.

Es de vital importancia que cada uno de nosotros entienda nuestras responsabilidades éticas y legales, de manera que podamos tomar las decisiones adecuadas a diario.



¿Qué se espera de cada uno?

En su calidad de asociados, ejecutivos, directores u otras personas que actúan en nombre de Marriott (denominados colectivamente “asociados”), se espera que estén familiarizados y trabajen de acuerdo con el Código de Conducta Empresarial.

También se espera que se obedezcan las leyes en todo momento. Aunque Marriott no espera que todos sean expertos en todas las áreas de la ley, cada individuo será responsable de familiarizarse con las leyes pertinentes que rigen sus áreas de responsabilidad.

De vez en cuando, se puede requerir que usted certifique que ha leído y entendido el Código de Conducta Empresarial y que cumple las políticas de Marriott sobre la conducta empresarial ética y legal.

¿Quién es responsable?

Todos los asociados de Marriott son responsables de mantener los estándares legales, éticos y sociales detallados en este Código de Conducta Empresarial.

El Código de Conducta Empresarial se aplica a las operaciones comerciales de todos los hoteles y negocios que lleven la marca de la compañía (incluyendo The Ritz-Carlton), todas las unidades empresariales de Marriott, las oficinas de Marriott, los departamentos y las subsidiarias de propiedad mayoritaria.

Los gerentes responsables de supervisar a otros asociados tienen la responsabilidad específica de asegurar que los asociados a su cargo entiendan las expectativas que contiene este Código de Conducta Empresarial.

¿Cuándo se aplican las reglas?

Las reglas se aplican siempre que los intereses de Marriott se vean afectados directamente. Esto podría incluir acciones dentro o fuera de las instalaciones de Marriott, o mientras se está de servicio o fuera de servicio, según las circunstancias. Debe ser prudente y aplicar el buen criterio a todas sus acciones y decisiones.

Responsabilidades del liderazgo de Marriott

Se espera que todos los gerentes, ejecutivos y directores establezcan las pautas adecuadas y den el ejemplo. El cumplimiento positivo del Código de Conducta Empresarial y otras políticas depende en gran parte del liderazgo de los gerentes.

Manténgase bien informado y consulte frecuentemente el Código de Conducta Empresarial y las demás políticas de Marriott en sus interacciones con los asociados. Anime a los demás a aplicar estas políticas mientras llevan a cabo sus responsabilidades.

Creación de un ambiente adecuado

- Comunique qué es lo que se espera de los asociados.
- Dé el ejemplo adecuado. Probablemente, los demás seguirán su ejemplo.
- No establezca objetivos poco realistas que ejerzan una presión indirecta sobre los asociados y que puedan comprometer nuestros estándares éticos.
- Otorgue reconocimiento a los asociados por actuar con integridad.
- Informe cuando tenga conocimiento de violaciones cometidas contra la política o la ley.
- Promueva un ambiente laboral que anime a reportar las violaciones de la política y del Código de Conducta Empresarial.
- Adopte políticas de puertas abiertas para promover una mejor comunicación con los asociados.
- Salvaguarde la confidencialidad de aquellos que reportan de buena fe sobre violaciones y protéjalos de las represalias laborales.

Aplicación de los estándares éticos de Marriott hacia otros

Tenga presente los estándares éticos de Marriott al hacer negocios con propietarios o contratar agentes, abastecedores, proveedores y contratistas. Asegúrese de que ellos cumplan con los estándares de Marriott.

Es tan incorrecto retener o contratar a alguien para participar en actividades ilegales o poco éticas como participar en tales conductas usted mismo.



Exención

La Junta Directiva de Marriott ha aprobado el Código de Conducta Empresarial y exige su cumplimiento. Cualquier excepción a una disposición del Código de Conducta Empresarial, que de lo contrario sería aplicable a los ejecutivos o directores, solo se puede realizar con la aprobación previa de la Junta Directiva o de un comité designado por la Junta Directiva.

No debe interpretarse que las disposiciones del Código de Conducta Empresarial y las políticas de la Compañía mencionadas en el presente, prohíben a los asociados hablar de los términos y las condiciones de su empleo de acuerdo con las leyes vigentes aplicables.

Informe confidencial y Política contra las Represalias

Este Código de Conducta Empresarial le brinda la información necesaria para identificar los posibles problemas de cumplimiento, buscar asesoramiento e informar o plantear un posible problema de cumplimiento dentro de Marriott.

Cuándo se debe buscar asesoramiento

Si no está seguro de qué hacer en una situación dada, deténgase y pregúntese:

- ¿Es legal la acción?
- ¿Es la situación coherente con los valores empresariales de Marriott y beneficia ésta tanto a Marriott como al cliente?
- ¿Cómo se sentiría acerca de su decisión si sus amigos y la comunidad se enteraran de la situación a través de los medios de comunicación?
- ¿Qué haría si fuese propietario de Marriott y fuese responsable de nuestra reputación?

Si todavía no está seguro de si cierta acción es una violación, puede plantear sus preguntas e inquietudes mediante un recurso apropiado detallado en la página 5, [Dónde obtener ayuda](#).

Tenga en cuenta que en algunos casos, aunque la acción pueda ser apropiada, podría requerirse una aprobación por escrito.

Confidencialidad; Política contra las Represalias

Marriott respeta la confidencialidad de los asociados que informan sobre posibles violaciones del Código de Conducta Empresarial y cuenta con una Política contra las Represalias para los asociados que planteen una inquietud de forma honesta y de buena fe.

No tiene que dar su nombre al informar sobre una presunta violación. Sin embargo, lo animamos a brindar su nombre para ayudar con la investigación de una posible violación. A cambio, a los asociados que planteen un problema se les asegura un grado razonable de confidencialidad durante la investigación y resolución del problema.

Una Política contra las Represalias significa que los asociados que informen sobre una inquietud de buena fe no podrán estar sujetos a medidas laborales adversas, incluyendo el cese, el descenso, la suspensión o la pérdida de beneficios a causa del informe.

Si cree que alguien ha tomado represalias en contra suya por su participación en el reporte de un problema o por participar en una investigación, informe al respecto a través de la Línea de Integridad Comercial (Business Integrity Line) u otros recursos detallados en la página 5, [Dónde obtener ayuda](#).

Cumplimiento de la política contra las violaciones del código empresarial

Las violaciones del Código de Conducta Empresarial serán resueltas de manera inmediata, sistemática y eficaz. El castigo puede incluir una acción judicial, el cese involuntario del empleo u otra medida disciplinaria apropiada, o la aplicación de medidas administrativas del desempeño. Si fuera apropiado, podría comunicarse la situación final a la persona que informó sobre la violación, si el informe no se realizó en forma anónima.

Los asociados que oculten malas conductas, falsifiquen registros, elaboren informes falsos intencionadamente o no cumplan las políticas de Marriott también podrán estar sujetos a medidas disciplinarias, incluyendo el despido.

Los gerentes pueden estar sujetos a medidas disciplinarias si no supervisan adecuadamente a los asociados que están a su cargo.

Dónde obtener ayuda

La integridad de Marriott se ve afectada cada vez que se violan los estándares de conducta empresarial. Lo animamos a continuar Nuestra Tradición de Integridad haciendo preguntas e informando sobre las violaciones de la política y del Código de Conducta Empresarial.

Cuando usted sospeche o sepa que una acción u omisión es o podría constituir una violación de los estándares de Marriott, considere las siguientes opciones:

Hable sobre sus inquietudes con su gerente. Use la política de “puertas abiertas” (“open door policy”).

Lea las políticas pertinentes de la Compañía. Éstas se encuentran disponibles en la intranet de Marriott (Marriott Global Source o MGS), publicadas como Marriott International Policies (MIP).

Comuníquese a la Línea de Integridad Comercial (Business Integrity Line).

En los Estados Unidos (“EE. UU.”), territorios de los EE. UU. y Canadá:

- Teléfono: Propiedades de Marriott: (888) 888-9188
- Teléfono: Propiedades de Ritz-Carlton: (877) 777-RITZ o (877) 777-7489
- Fuera de los EE. UU., territorios de los EE. UU. y Canadá refiérase a los números telefónicos detallados en los carteles y los materiales impresos en su centro de trabajo.
- Visite: <https://tnwgrc.com/marriott/>

Póngase en contacto con el [Departamento de Auditoría Interna.](#)

- Teléfono: comuníquese con el Jefe de Auditoría o el Gerente de Ética Empresarial
- Correo electrónico: Business.Ethics@Marriott.com
- Fax: +1 (301) 380-3186
- Utilice el “Online Form” (Formulario en línea) ubicado en la página “Contact Us” (Contáctenos) del portal “Business Ethics” (Ética Empresarial) en MGS para informar sobre sus inquietudes éticas o legales a través del portal web confidencial de Marriott.
- Por correo: Marriott International, Inc.
Attention: Internal Audit
10400 Fernwood Road
Department 52/924.09
Bethesda, MD 20817

Póngase en contacto con el Departamento Legal de Marriott.

- Por correo: Marriott International, Inc.
Attention: General Counsel
10400 Fernwood Road
Department 52/923.30
Bethesda, MD 20817

Los recursos y materiales sobre ética también se pueden obtener en el portal de Ética Empresarial (Business Ethics) en MGS.

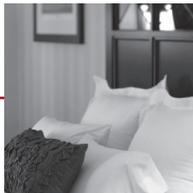
Recuerde: La Línea de Integridad Comercial y los recursos en línea están disponibles las 24 horas del día, los siete días de la semana. Recuerde que Marriott se adhiere a una Política contra las Represalias. [Ver la página 4.](#)

Sea preciso,
honesto y equitativo.

Evite incluso la
apariencia de un
comportamiento
incorrecto.



Actuar con honestidad e integridad



Siempre actúe con honestidad e integridad. Esto se aplica al mantenimiento de registros administrativos, especialmente a los registros financieros, y a sus interacciones comerciales con clientes, competidores, proveedores y otros.

Además, obedezca todas las leyes que rigen estas relaciones y actividades.

Libros contables, registros contables e informes exactos	8
Trato equitativo a los clientes	10
Ley de competencia y antimonopolio	11
Trato justo a los competidores	13
Sobornos y regalos inapropiados en el ámbito empresarial	14

Libros contables, registros contables e informes exactos

Sea honesto y actúe con integridad en todas las comunicaciones... en cada registro creado y en todos los datos ingresados, desde la información financiera y los historiales personales hasta los informes de calidad y seguridad. Nuestros libros, registros e informes son tan precisos como los datos de donde se originan.

¿Quién es responsable?

Todos podemos contribuir, en algún momento, a la exactitud de la información que mantiene Marriott o que se envía a los supervisores de instituciones financieras.

Usted nunca deberá falsificar o distorsionar información o documentos relacionados con su trabajo en Marriott. El deber de asegurar la exactitud de los registros abarca:

- Informes de gastos
- Reclamos de beneficios
- Facturas
- Ingreso de datos en los libros contables y registros financieros
- Muchos otros documentos relacionados con el negocio

Los asociados gerenciales son responsables de asegurar que sus subordinados entiendan este principio y se adhieran al mismo.

La exactitud de los registros financieros es muy importante

Las inexactitudes en nuestra información financiera pueden afectar la confianza de nuestros clientes, inversionistas y propietarios, y dañar nuestra reputación.

Además, los registros financieros inexactos pueden ocasionar que Marriott no logre cumplir con las obligaciones legales, reguladoras o fiduciarias y que se ponga en duda la integridad y la honestidad de Marriott.

Requisitos:

- Documento de forma precisa el propósito de las transacciones, el proveedor o receptor de los fondos, las cuentas a las cuales o de las cuales se transfieren los fondos y las entidades y los departamentos responsables de las transacciones particulares.
- Dé respuestas veraces a todas las preguntas apropiadas de los auditores.
- Asegure que toda la información y los informes suministrados a las autoridades gubernamentales, las organizaciones autorreguladoras (tal como la Autoridad Reguladora de la Industria Financiera), los accionistas, los analistas de valores y el público en general sean exactos, oportunos y estén respaldados por la documentación necesaria.
- Asegure que todos los gastos de viajes y de entretenimiento estén respaldados por recibos reales y tengan un propósito válido para las actividades comerciales. Los gastos deben ser razonables y deben cumplir con las pautas indicadas en la [MIP-44 \(Travel & Business Expense Reimbursement\) \[Reembolso de gastos comerciales y de viajes de negocios\]](#).
- No demore ni acelere inadecuadamente el reconocimiento de ingresos o gastos, ni declare de más o de menos los activos o pasivos.
- No distorsione la verdadera naturaleza de una transacción, sin importar cuál sea la razón ni cuán insignificante pueda parecer el resultado.
- No deseche, destruya, ni altere inadecuadamente los registros que se deban conservar por ley, por política o por directivas específicas.

Busque asesoramiento

Cuando haya algo que no parezca correcto en un registro, plantee sus inquietudes a un gerente que tenga la autoridad para realizar más averiguaciones.

Recuerde que Marriott se adhiere a una [Política contra las Represalias](#). [Ver la página 4.](#)

Libros contables, registros contables e informes exactos

Exactitud de la información enviada por otros

Debemos prestar atención a la exactitud de la información enviada por otros con quienes interactuamos, incluyendo:

- Propietarios
- Franquiciados
- Socios de una empresa conjunta
- Clientes
- Contratistas
- Proveedores
- Otros asociados

“Cuide los pequeños detalles todos los días...”.

- J. Willard Marriott

Esta filosofía de nuestro fundador está detrás de todas las políticas, los procedimientos y los sistemas de Marriott.



Ejemplos

Asignación correcta de presupuestos

Un gerente está trabajando en dos proyectos: el Proyecto A, que se encuentra dentro del presupuesto y el Proyecto B, que excede el presupuesto por un pequeño monto. Para poder informar que el Proyecto B se encontraba dentro del presupuesto, registró una pequeña cantidad de gastos del Proyecto B en el Proyecto A.

¿Es esto aceptable? No. El gerente no puede distorsionar el propósito de los gastos, sin importar cuán insignificante sea el monto.

Exactitud del informe de gastos

Un asociado presenta un informe de gastos a su gerente para que lo apruebe. Un gasto de comida en el informe no incluye una explicación del fin comercial, y el monto y la fecha del recibo no coinciden con los que se declaran en el informe de gastos. El gerente no revisa detenidamente el informe y aprueba el reembolso.

¿Quién es responsable? Tanto el asociado como su gerente son responsables de la inexactitud del informe. Al aprobar las transacciones, los gerentes tienen el deber de asegurar que todos los gastos sean válidos, que estén debidamente respaldados y que tengan un propósito comercial auténtico.

Trato equitativo a los clientes

Como una compañía mundial líder en hotelería, Marriott se dedica a brindar un servicio excepcional al cliente. Siempre se debe tratar a los clientes con equidad y respeto.

Los clientes deben recibir lo que se les prometió y al precio que se les prometió. La distorsión de los productos y servicios de Marriott puede conducir a una acción legal costosa. Un reclamo falso, una leve falta a la verdad o hasta una percepción de deshonestidad pueden poner en peligro la lealtad y la satisfacción de nuestros clientes.

Al comunicarse con los clientes y el público:

- Sea sincero, sin adornos ni omisiones, al presentar la naturaleza y la calidad de los productos, servicios, precios, términos contractuales y otra información de Marriott.
- Evite engañar incluso inadvertidamente a los clientes.
- Solo haga afirmaciones acerca de los productos y servicios de Marriott que sabe que son ciertas o respecto a las cuales cuenta con la información adecuada que las respalde.

Busque asesoramiento

Si tiene dudas, aclare el asunto con su gerente o con un miembro apropiado de la gerencia.

Ejemplos

Aclaración de los servicios con un cliente

P. Usted se reúne con un cliente para proporcionar la prestación del servicio de comidas y bebidas para un evento. En el contrato y según lo hablado con el cliente se indicaron correctamente los productos y servicios que se brindarían. Sin embargo, usted sospecha que el cliente no entendió bien algo acerca de la comida que se servirá. ¿Qué debería hacer?

R. Aunque usted actuó honestamente, debe aclarar y resolver cualquier confusión antes de prestar el servicio para no arriesgarse a tener un cliente insatisfecho.

Un colega distorsiona los servicios que se brindarán a un cliente

P. Durante una reunión con un cliente, usted oye a un colega hacer una presentación de los servicios de Marriott que le parece errónea. ¿Cuál es la respuesta o la acción apropiada?

R. La respuesta depende de las circunstancias y la relación entre las personas involucradas. Usted deberá tomar medidas rápidas para aclarar y corregir la declaración errónea.

- Si el error parece inadvertido, corrija la declaración errónea durante la reunión o hable con su colega luego de la reunión.
- Si se sospecha que la distorsión fue intencional, consulte con su gerente o con el miembro apropiado de la gerencia.

Ley de competencia y antimonopolio

Las leyes de competencia y antimonopolio afectan casi todos los aspectos de nuestras operaciones globales, incluyendo nuestras actividades internacionales, que pueden estar sujetas a las leyes antimonopolio de los EE. UU. y a las leyes de la Unión Europea o de otros países donde realizamos actividades comerciales. Nuestra política es cumplir con todas las leyes y las regulaciones aplicables.

Las penalidades por violar, o incluso por la apariencia de violar, las leyes de competencia pueden ser severas tanto para Marriott como para los asociados de Marriott.

Tal como lo requieren sus deberes y su cargo en Marriott, usted es responsable de estar razonablemente familiarizado con las leyes de competencia aplicables del lugar donde usted desarrolla actividades comerciales.

Sería imposible describir aquí todas las leyes de competencia global que se aplican a nuestra compañía. Sin embargo, se proporcionan ejemplos de las violaciones potenciales más comunes relevantes para nosotros a continuación y con mayor detalle en la [MIP-10 \(“Antitrust Compliance”\) \[Cumplimiento de leyes antimonopolio\]](#).

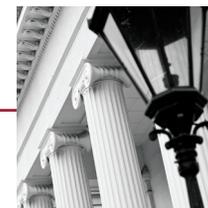
Las leyes de competencia están diseñadas para evitar que las empresas participen en prácticas anticompetitivas, particularmente en aquellas que afectan injustamente los precios o que asignan negocios.

No haga acuerdos ilegales con competidores

Cualquier acuerdo o entendimiento con los competidores para limitar la competencia o para colaborar puede ser ilegal aun cuando las firmas involucradas no hayan actuado según lo acordado o las medidas tomadas por las firmas no hayan dañado a la competencia.

Según la jurisdicción, ciertos acuerdos son violaciones automáticas de las leyes antimonopolio, incluyendo:

- Acuerdos reales o inferidos para aumentar, bajar o estabilizar precios (p. ej., tarifas de las habitaciones)
- Acuerdos para reducir la producción (p. ej., retención de inventario dejando pasar oportunidades de ventas)
- Acuerdos para asignar clientes, productos o territorios geográficos (p. ej., contener el desarrollo en ciertas áreas)
- Acuerdos para boicotear o negarse a tratar con ciertos clientes o proveedores
- Acuerdos para coordinar términos o condiciones para sueldos, beneficios, honorarios u otras compensaciones para asociados, contratistas independientes o proveedores, excepto según lo permitido por las leyes laborales específicas



Ley de competencia y antimonopolio

¿Qué otras prácticas pueden violar las leyes de competencia?

Las siguientes prácticas comerciales generalmente no son apropiadas, según las circunstancias y las leyes del país o la localidad aplicable:

- Fijación de precios predatorios o por debajo del costo u otras prácticas de exclusión diseñadas para mantener o crear un monopolio perjudicando la capacidad de un competidor para competir, o para expulsar o perjudicar a la competencia
- Acuerdos de exclusividad que le niegan a un competidor el acceso a los clientes, los canales de distribución o la materia prima, especialmente si resultan en precios más altos para los clientes
- Acuerdos de “venta atada” o “condicional”, que requieren que un cliente que desea comprar o arrendar un producto también compre o arriende un segundo producto; no deberían ser impuestos sin previa aprobación del Departamento Legal de Marriott

Busque asesoramiento

En estas situaciones o cuando tenga una duda acerca de cualquier estrategia competitiva, busque orientación en el Departamento Legal de Marriott.



¿Es aceptable el precio por debajo del costo en algún momento?

Existen circunstancias limitadas en donde los precios por debajo del costo son aceptables, tales como en ofertas introductorias. Si tiene dudas, consulte con el Departamento Legal de Marriott.

Ejemplo

Conversaciones con los competidores

Marriott y un competidor planean construir hoteles en un mercado emergente. En una reunión de la industria, un empleado del competidor casualmente le sugiere a un asociado de Marriott que las dos cadenas de hoteles deberían coordinar los sitios de sus nuevos hoteles para evitar los abarrotamientos.

Acción correcta: Los asociados deben estar muy alertas cuando interactúan con los competidores. La conversación anterior podría violar las leyes de competencia. Sería prudente que el asociado de Marriott cambie de tema, abandone la conversación y se ponga en contacto con el Departamento Legal de Marriott para obtener orientación.

“Buena comida y buen servicio a un precio justo...”.

Una premisa de la cultura Marriott desde 1927, cuando J. Willard y Alice Marriott abrieron un puesto de cerveza de raíz (root beer) y nació el futuro Marriott International

Trato justo a los competidores

Marriott compite según los méritos de nuestros productos y servicios. Sea prudente al hablar sobre los productos y servicios de un competidor.

No debe hacer afirmaciones ni comentarios falsos que menosprecien injustamente a los competidores o que interfieran inapropiadamente en las relaciones comerciales de un competidor. Sin embargo, usted puede destacar las debilidades legítimas de los productos u operaciones de un competidor.

Utilice la información sobre los competidores de forma legal, equitativa y que coincida con la política de Marriott.

Respete los secretos industriales, la información confidencial de terceros y evite el uso no autorizado de información patentada, con derechos de autor, privilegiada o confidencial que pertenezca a los competidores.

Ejemplos

Se contrata a un nuevo empleado que tiene conocimientos sobre un competidor

Recientemente, Marriott contrató a un ex empleado de un competidor que tenía acceso a la información confidencial y privada de dicho competidor.

Acción correcta: El nuevo asociado y la unidad empresarial donde él trabaja deben asegurar que se cumplan todas las obligaciones éticas y legales durante la transición y el empleo del asociado en Marriott. Él no deberá divulgar a Marriott información confidencial que recibió mientras trabajaba para el competidor ni usar la información confidencial del competidor en su trabajo.

Acceso inapropiado a la información de un competidor

Durante una reunión de Marriott, una asociada anuncia que ella tiene información que no se ha revelado al público sobre los planes de un competidor para modernizar sus instalaciones en una ubicación comercial clave de Marriott. Otros asociados sospechan que la información puede haber sido divulgada en violación de un acuerdo de confidencialidad.

Acción correcta: Si la información está sujeta a un acuerdo de confidencialidad o si no debería haber sido divulgada por la fuente, aceptar y compartir dicha información es una violación de la política de Marriott. La asociada no puede usar la información competitivamente a menos que se determine que la obtuvo de forma apropiada y que su utilización no es ilegal ni poco ética.

Solicitud para mejorar la propuesta de un competidor

Un cliente le ofrece a un asociado de Marriott una copia escrita de una propuesta de un competidor y le pregunta si Marriott puede mejorar los términos del competidor.

Acción correcta: El asociado no puede revisar la propuesta del competidor sin primero determinar si su divulgación a Marriott viola un acuerdo de confidencialidad u otro compromiso del cliente con el competidor. Si el asociado tiene dudas, no debe compartir ni utilizar la información sin antes consultar con el Departamento Legal de Marriott.

Sobornos y regalos inapropiados en el ámbito empresarial

Nunca comprometa los estándares éticos para ganar una ventaja competitiva o para cumplir un objetivo empresarial. Esto incluye hacer o recibir pagos o regalos inapropiados.

Sobornos en el ámbito empresarial

Los pagos hechos en nombre de Marriott y en conexión con los negocios de Marriott se deben hacer únicamente con fines comerciales legítimos y legales.

Usted no puede solicitar, recibir, dar u ofrecer algo de valor como soborno o coima. Esta práctica poco ética no es aceptable simplemente porque “todos lo hacen” o porque es “necesaria para competir” en un mercado en particular.

Si usted acepta sobornos o coimas, afecta la honestidad de Marriott en la prestación de sus servicios e impide que Marriott reciba el mejor valor posible al negociar productos y servicios.

Ofrecer sobornos o coimas a los empleados o las personas asociadas con los socios empresariales, clientes, contratistas, abastecedores o proveedores de Marriott, también puede perjudicar a la otra parte.

Promover los negocios a través del soborno obviamente es poco ético y puede hacer que Marriott quede sujeta a demandas civiles y acciones penales. El soborno en las transacciones comerciales es ilegal en los EE. UU. y en otros países y localidades donde Marriott hace negocios.

Por estas razones, los asociados involucrados en un soborno en el ámbito empresarial podrían estar sujetos a graves consecuencias laborales, incluyendo el cese involuntario del empleo o incluso acciones penales.

Regalos inapropiados

Marriott ha establecido políticas claras en cuanto a la aceptación y el ofrecimiento de regalos entre asociados y socios empresariales, clientes, contratistas, abastecedores y proveedores. Se espera que usted cumpla estrictamente estas políticas, tal como se detallan en la [MIP-75 \(“Gift & Entertainment Policy”\)](#) [[Política de regalos y entretenimiento](#)]. Algunos puntos a destacar de las políticas de regalos incluyen:

- Usted no puede solicitar regalos para su propio beneficio en relación con su trabajo para Marriott.
- Marriott establece límites totales anuales y específicos para el tipo, el valor y la naturaleza de los regalos no solicitados que usted puede aceptar.
- La aceptación personal de descuentos o servicios gratuitos de proveedores también puede estar prohibida si usted es responsable de la adquisición del mismo tipo de productos o servicios para Marriott. Éstos se pueden considerar coimas.
- Evite la aceptación frecuente de regalos, aun si los regalos no son lujosos y están individualmente dentro de los límites de valor establecidos por Marriott.
- Rehúse los regalos permitidos por la política de Marriott si sabe o sospecha que el regalo violaría las políticas del empleador de quien entrega el regalo.
- La política de Marriott prohíbe estrictamente la aceptación de dinero que no sea la propina común para aquellos asociados que reciben propinas como parte de sus trabajos.

Conozca la política; use el sentido común

Además de cumplir la política de Marriott, use el sentido común al dar y aceptar regalos en el contexto de las relaciones comerciales. No acepte regalos que puedan comprometer su objetividad en la toma de decisiones para Marriott, que generen la apariencia de irregularidad o que violen la ley.

Sobornos y regalos inapropiados en el ámbito empresarial

¿Hay alguna excepción?

Cuando el valor de un regalo excede los límites del valor anual establecido por Marriott, su gerente puede hacer una excepción limitada en las circunstancias apropiadas. Las consideraciones claves incluyen si el regalo tiene un fin comercial y si no viola las políticas de regalos de Marriott o los estándares éticos o legales. La excepción debe documentarse por escrito y guardarse.

Regla más estricta relativa a los funcionarios públicos

Las reglas permisibles de los regalos no son aplicables cuando el receptor del regalo es un funcionario público. Rara vez es apropiado darle algo de valor a un funcionario público a nivel nacional, estatal o local (ya sea estadounidense o no), incluyendo las comidas y los gastos de viajes. (Consulte la siguiente sección, [Interacción honesta con el gobierno](#)).

Más información

Para obtener más información sobre las políticas relacionadas con los regalos de Marriott, consulte la [MIP-75](#).

Ejemplos

Regalo costoso de un proveedor

Un asociado de Marriott con responsabilidad en la toma de decisiones de compra recibe un reloj, valuado en 750 dólares estadounidenses, como regalo de un proveedor que ha hecho negocios reiteradamente con el departamento del asociado durante muchos años. ¿Puede el gerente aprobar la aceptación del reloj?

Acción correcta: El gerente debe considerar el valor del regalo, el carácter continuo y la frecuencia de la adjudicación del negocio, la función del asociado en el proceso de adjudicación del negocio y las apariencias. Al sopesar estos factores, el gerente debe indicarle al asociado que devuelva el regalo.

Entradas para un evento deportivo

Un proveedor le ofrece a un asociado de Marriott asientos en primera fila para un popular evento deportivo. El proveedor le explica al asociado que él no desea nada a cambio; simplemente no podrá asistir al evento y no quiere desperdiciar las entradas. Sin embargo, el valor de las entradas supera los límites de valor establecidos por Marriott.

Acción correcta: Aunque el asociado no crea que el regalo fue ofrecido para ganar una ventaja inapropiada, debe rehusar amablemente las entradas porque el valor excede el límite de valor especificado en la [MIP-75](#).

Una cena de negocios

Un proveedor invita a un asociado de Marriott a hablar de negocios en una cena e insiste en pagar la cuenta completa.

Acción correcta: Si la cena no es demasiado suntuosa, el asociado puede aceptarla.

Viaje pagado a una feria o exposición

Un proveedor importante le ofrece a un asociado un viaje con todos los gastos pagados para asistir a una feria o exposición. La asistencia podría ayudarle al asociado en su trabajo para Marriott, pero el valor total de los gastos del viaje excede el límite anual establecido por Marriott.

Acción correcta: El asociado debe obtener una aprobación previa de un gerente para aceptar el pago de los gastos del viaje. El gerente puede aprobar el viaje si éste favorece los negocios de Marriott y no parece haber sido ofrecido con fines inapropiados.



Obedezca las leyes.

Sea receptivo.

Entienda las
consecuencias
de sus acciones.



Interacción honesta con el gobierno



Donde sea que usted viva o trabaje, existen reglas muy específicas para guiar sus interacciones con el gobierno y los funcionarios públicos. Estas reglas pueden relacionarse con contribuciones políticas, cabildeo, regalos, propinas ilegales o la entrega de algo de valor a los funcionarios.

Sea receptivo al brindar información a los organismos reguladores u otras entidades gubernamentales y entienda las políticas de Marriott acerca de las restricciones comerciales y los boicots.

Sobornos, propinas ilegales y regalos	18
Actividades y contribuciones políticas	21
Cabildeo	22
Brindar información al gobierno.....	23
Boicots y restricciones comerciales.....	23

Sobornos, propinas ilegales y regalos

Marriott prohíbe estrictamente dar o prometer algo de valor a un funcionario o empleado público, ya sea para influenciar a esa persona en el desempeño de sus funciones oficiales o para alentar una conducta ilegal.

Además, usted no puede dar objetos de valor a un funcionario o empleado público por ningún acto realizado o a realizar por esa persona. Hasta un regalo de “agradecimiento” por el desempeño de sus funciones oficiales es inadecuado.

Tales prácticas se pueden considerar un soborno, son ilegales en muchas partes del mundo, incluyendo los EE. UU., y pueden dañar seriamente nuestra reputación. Los asociados involucrados en cualquier forma de soborno podrían estar sujetos a graves consecuencias laborales, incluyendo el cese involuntario del empleo o incluso acciones penales.

Estas políticas se aplican por igual a antiguos empleados públicos y a quienes han sido electos pero aún no han asumido sus cargos.

Soborno internacional

La Ley Estadounidense de Prácticas Corruptas en el Extranjero (Foreign Corrupt Practices Act, FCPA) y la Ley de Soborno del Reino Unido se aplican a las actividades comerciales que llevamos a cabo en todo el mundo. La FCPA, la Ley de Soborno del Reino Unido y las leyes de muchos países prohíben dar o prometer algo de valor, directa o indirectamente, a funcionarios del gobierno a fin de obtener o conservar negocios. Estas leyes se aplican a cualquier cosa entregada para el beneficio personal de un funcionario público. La Ley de Soborno del Reino Unido prohíbe el soborno de cualquier persona y responsabiliza estrictamente a las compañías, tales como Marriott, por no impedir el pago de un soborno para obtener o conservar negocios o para conseguir el beneficio personal.

¿Qué se considera soborno?

El soborno puede incluir dar o prometer algo de valor con la intención de corromper, que incluye entre otros:

- Dinero
- Préstamos favorables
- Productos o servicios gratuitos
- Productos o servicios con descuento
- Mejoras gratuitas
- Reembolsos
- Regalos
- Comidas
- Entretenimiento
- Viajes
- Ofertas de empleo
- Donaciones a una organización benéfica sugerida por un funcionario
- Contribuciones a una campaña
- Activos intangibles, tal como información valiosa

¿A quién se considera un “funcionario público”?

- Funcionarios públicos electos o designados y los miembros de su familia, incluyendo funcionarios antiguos y actuales y aquellos que esperan asumir el cargo
- Empleados públicos a nivel nacional, estatal o local
- Dirigentes de partidos políticos y empleados de partidos políticos
- Candidatos a cargos políticos
- Empleados de organizaciones de tratados internacionales, tales como la Unión Europea y las Naciones Unidas

Sobornos, propinas ilegales y regalos

Participación de terceros

Usar a una tercera persona para hacer un pago prohibido o entregar un soborno es tan incorrecto como hacerlo de forma directa. Sea precavido al seleccionar contratistas, abastecedores y proveedores que, trabajando en nombre de Marriott, puedan interactuar con funcionarios y empleados públicos. Lleve a cabo la diligencia debida y asegúrese de que los terceros acepten acatar la prohibición de Marriott contra los pagos corruptos.

Mayor investigación

Si existe una razón para cuestionar el propósito o el monto de un pago o la integridad de otra persona que trabaja con o en nombre de Marriott, se podrá solicitar una mayor investigación. Marriott y los asociados pueden ser responsables de obviar conscientemente el conocimiento de la conducta corrupta de otros.

Información y asesoramiento

En los EE. UU.: Para obtener más información acerca del soborno y las propinas ilegales, consulte la [MIP-80 \(“Interaction with Government, Political Activity, and Political Contributions in the United States”\)](#) [Interacción con el gobierno, actividades políticas y contribuciones políticas en los Estados Unidos] o comuníquese con la Oficina de Asuntos Gubernamentales de Marriott.

Fuera de los EE. UU.: Para obtener más información acerca de la interacción con los funcionarios públicos y las prohibiciones de soborno, consulte la [MIP-07 \(“Anticorrupción”\)](#). Dirija cualquier pregunta al Departamento Legal de Marriott.

Regalos y entretenimiento

Aun con intenciones honestas, dar objetos de valor a funcionarios y empleados públicos puede crear la apariencia de una influencia inapropiada.

Por estos motivos, deberá considerar las reglas y las leyes aplicables antes de obsequiar a los funcionarios y empleados públicos incluso algo de poco valor que, si se hiciera en otras circunstancias, podría ser considerado de cortesía habitual (p. ej., pagar un viaje en taxi o una comida).

Ejemplos

¿Un modesto almuerzo?

En un hotel de los EE. UU., Marriott auspicia una conferencia de la industria a la cual varios funcionarios públicos serán invitados como huéspedes de honor. Se brindará un modesto almuerzo a TODOS los huéspedes de la conferencia, independientemente de su cargo.

Acción correcta: Aunque el almuerzo es un artículo modesto que se brinda a todos los que asistan a la conferencia, el asociado responsable del evento debe consultar con la Oficina de Asuntos Gubernamentales de Marriott antes de otorgar el almuerzo gratuito a cualquier funcionario o empleado público.

Una cortesía de un cliente

El Partido Demócrata del condado de Ocean celebra una conferencia cada año en el mismo hotel Marriott. El partido ha solicitado una habitación para su orador principal, un destacado gobernador.

Acción correcta: Luego de consultar la [MIP-80](#), el Gerente General (GG) decide adecuadamente que la habitación se ofrecerá basándose en la práctica general del hotel, que consiste en otorgar una habitación gratuita a los grupos que reserven el lugar para eventos grandes. Esta habitación gratuita debe ser incluida en el contrato de venta.

Membresía en el programa The Ritz-Carlton Rewards®

Un empleado público que se encuentra de vacaciones con su familia se registra para una estadía de una semana en un hotel Ritz-Carlton. El agente de reservas le ofrece al empleado público una membresía en el programa The Ritz-Carlton Rewards.

Acción correcta: El agente hizo lo correcto al hacer la oferta. La membresía en el programa The Ritz-Carlton Rewards se ofrece a todos los huéspedes de los hoteles Ritz-Carlton en el curso normal de las actividades comerciales y no se basa en la condición de empleado público del huésped.

Sobornos, propinas ilegales y regalos

Ejemplos

Negociación cuestionable de terceros

Marriott está negociando un contrato con un representante de un país del Medio Oriente para brindarle un lugar de reuniones y alojamiento para una reunión de la OPEC. Una compañía local quiere actuar como agente de Marriott en las negociaciones a cambio de una comisión que parece excesiva e inapropiada para el servicio. La compañía les ha comunicado extraoficialmente a los ejecutivos de Marriott que tiene ventaja para el contrato del lugar de reuniones y alojamiento.

Acción correcta: Comunique inmediatamente este asunto de alto riesgo al Departamento Legal de Marriott, que lo asistirá en determinar cómo manejar la situación.

Conducta de corrupción presunta de un agente

Marriott planea construir nuevos hoteles en un país donde la corrupción rara vez es castigada. Un asociado de Marriott planea contratar a un agente y un intérprete para explicarles los planes de Marriott a los funcionarios públicos, a fin de obtener los permisos necesarios. El agente insiste en reunirse con los funcionarios públicos a solas y recomienda que sus honorarios se documenten como una “campaña de relaciones públicas” o “servicios de presentación”. El asociado sospecha que el agente pueda involucrarse en una conducta corrupta.

Acción correcta: Dada la reputación del país de consentir la corrupción, el asociado debería comunicar el asunto al Departamento Legal de Marriott.

Regalo de agradecimiento para una congresista retirada

Una respetada congresista estadounidense se retiró recientemente. Ella jugó un papel decisivo en la aprobación de una legislación de importancia para Marriott, y hasta se había reunido con un asociado de Marriott para hablar sobre el punto de vista de

Marriott acerca de la legislación. Ahora que la congresista se ha retirado, el asociado considera enviarle una canasta de regalo en reconocimiento por su retiro y para agradecerle por su arduo trabajo en la legislación.

Acción correcta: El asociado no puede obsequiarle la canasta de regalo porque puede parecer una recompensa entregada por una acción oficial de la congresista. Por lo tanto, viola la política de Marriott, sin importar si el asociado pagó el regalo con fondos de la compañía o personales.

Efectivo a cambio de la aprobación de un permiso

Un asociado de Marriott es responsable de obtener un permiso de uso de tierras para un hotel Marriott. Se han cumplido todas las condiciones legales para obtener el permiso. El funcionario público responsable de revisar la solicitud de Marriott sostiene que la aprobará a cambio de 50 dólares estadounidenses.

Acción correcta: Los asociados no pueden dar ni recibir sobornos sin importar cuán pequeño sea el monto. El asociado debe solicitar orientación al Departamento Legal de Marriott.

Contratista preferido de un funcionario público

Un funcionario público a cargo de las inspecciones de sanidad le ha manifestado a un Gerente General de un hotel Marriott en un país latinoamericano que la compañía de limpieza de su primo brinda excelentes servicios. El inspector le informa al GG que otros hoteles que usan los servicios de su primo nunca han sido acusados de una violación local de sanidad.

Acción correcta: La sugerencia del inspector de sanidad implica muchas “banderas rojas” que requieren el análisis del Departamento Legal de Marriott. Aun si se siguieran procedimientos competitivos de adjudicación, la relación es cuestionable.

Actividades y contribuciones políticas

Existen reglas estrictas que rigen las contribuciones políticas y las actividades políticas personales de los asociados de Marriott.

Contribuciones políticas

Los gastos y las contribuciones para las campañas corporativas entregados a los partidos políticos y a los candidatos a cargos federales están prohibidos bajo las leyes de los EE. UU.

Participamos de forma legal en las elecciones federales de los EE. UU. a través de nuestro Comité de Acción Política (Political Action Committee, PAC).

Aunque otros países y algunos estados y localidades de los EE. UU. permiten las contribuciones políticas de los fondos del tesoro corporativo, nuestras pautas son claras:

- Usted no puede hacer desembolsos o contribuciones políticas en nombre de Marriott o involucrar a Marriott en actividades políticas sin la aprobación previa de la Oficina de Asuntos Gubernamentales de Marriott.
- Los gerentes no pueden solicitar contribuciones políticas o contribuciones al PAC como condición de empleo o de cualquier otro beneficio laboral.
- Marriott no puede hacerle un reembolso por contribuciones políticas bajo ningún método (incluyendo el pago directo, bonos mayores o remuneraciones por gastos en exceso).



Esté informado de las leyes vinculadas a los contratos con el gobierno

Los gerentes deben tener en cuenta las llamadas leyes de “pagar para participar” (“pay-to-play”) adoptadas por varios gobiernos estatales y locales y que se aplican a los organismos gubernamentales individuales. Tales leyes varían pero, en general, les prohíben a las compañías que reciban ciertos contratos del gobierno si la compañía hizo contribuciones a las campañas de funcionarios públicos de esa jurisdicción.

Algunos estados y localidades incluso evitan que a las compañías se les otorguen contratos del gobierno si los directores, ejecutivos y otros asociados de la compañía contribuyeron con dinero de forma personal a las campañas de los candidatos relevantes.

Tenga en cuenta estas leyes al decidir brindarle apoyo económico a un candidato y al competir por los contratos del gobierno en nombre de Marriott.

Busque asesoramiento

Para obtener más información, consulte la [MIP-80](#). Cuando tenga dudas acerca de las leyes de “pagar para participar” de una jurisdicción en particular, consulte con la Oficina de Asuntos Gubernamentales de Marriott.

Actividades y contribuciones políticas

Actividades políticas personales

Marriott alienta su participación personal en elecciones y procesos gubernamentales. Sin embargo, usted deberá llevar a cabo sus actividades políticas personales en su tiempo libre y sin hacer uso de los recursos de Marriott (p. ej., artículos de escritorio, fotocopiadoras o artículos de oficina).

También debe evitar las actividades políticas personales que puedan sugerir de alguna manera que cuentan con el patrocinio o la aprobación de Marriott.

Ejemplos

Uso inapropiado de los recursos de Marriott para actividades políticas

Un gerente de Marriott respalda la campaña de reelección de un senador. Sin ninguna coacción inapropiada, pide a varios otros gerentes que contribuyan a la campaña y solicita a su asistente personal que recoja las contribuciones y que elabore una carta de presentación para el comité de campaña. El asistente elabora la carta de presentación en una hoja con el membrete de Marriott.

¿Correcto o incorrecto? El gerente violó la política de Marriott al solicitar contribuciones. Además, solicitarle al asistente personal que recoja las contribuciones y utilizar los artículos de escritorio de la corporación son usos inadmisibles de los recursos corporativos para actividades políticas personales. Las circunstancias podrían dar la impresión de que Marriott financia o subvenciona ilegalmente la contribución.

Cabildeo

Marriott busca tener un impacto en la legislación y en la toma de decisiones del gobierno únicamente por medios honestos y por mérito de nuestras propuestas.

Los asociados que interactúen con los funcionarios públicos deben estar familiarizados con todas las leyes de cabildeo aplicables y con los requisitos de divulgación de los cabildes y obedecerlos.

Usted deberá evitar incluso la apariencia de una influencia inapropiada. Por ejemplo, el Comité de Acción Política (Political Action Committee) de Marriott nunca debería hacer una promesa de apoyo financiero a un funcionario a cambio de la aprobación de las políticas gubernamentales favorables para Marriott.

Asimismo, nunca debe dar un regalo u otro beneficio a un funcionario público con el propósito de ganar una ventaja inapropiada.

“Aun si parece un asunto de poca importancia... nunca comprometan nuestros valores”.

– Arne M. Sorenson



Brindar información al gobierno

Siempre sea sincero al brindarle información al gobierno en nombre de Marriott.

Usted puede interactuar con varios organismos gubernamentales de distintas maneras. Por ejemplo:

- Presentando información de rutina a organismos gubernamentales (p. ej., declaraciones de impuestos, informes de divulgación de cabildeos, presentación de valores)
- Participando en acciones legales ante los organismos y los tribunales
- Brindando información en relación con indagaciones e investigaciones especiales del gobierno

Hacer declaraciones falsas en estas circunstancias puede perjudicar la reputación de Marriott y puede acarrear penas severas tanto para Marriott como para el asociado responsable.

Nunca intente obstaculizar una investigación del gobierno o la administración de la justicia, y si observa que otros efectúan tales acciones infórmelo inmediatamente. Comuníquese a un gerente o use cualquier otro método detallado en la página 5, [Dónde obtener ayuda](#).

Recuerde que Marriott se adhiere a una [Política contra las Represalias](#). [Ver la página 4](#).

Información y asesoramiento

Para obtener más información sobre la interacción con los gobiernos, la actividad política o las contribuciones políticas en los EE. UU., consulte la [MIP-80](#). Dirija sus preguntas a la Oficina de Asuntos Gubernamentales de Marriott.

Boicots y restricciones comerciales

Muchos países, incluyendo los EE. UU., imponen restricciones comerciales y boicots con objetivos subyacentes de política exterior.

Tales restricciones comúnmente prohíben ciertas actividades comerciales con y dentro de ciertos países o con personas o entidades particulares que se consideran una amenaza para la seguridad, para la dignidad humana y para los derechos humanos. Estas restricciones incluyen las prohibiciones de actividades comerciales con narcotraficantes designados, organizaciones terroristas y aquellos que se dedican a la proliferación de armas de destrucción masiva.

Además, las leyes de los EE. UU. generalmente prohíben la participación de los ciudadanos o entidades estadounidenses en boicots internacionales no reconocidos. Dado que Marriott está constituida en los EE. UU., cumplimos las sanciones económicas y las leyes antiboicot de los EE. UU., independientemente del lugar donde desarrollemos nuestras actividades comerciales. Si usted es responsable de generar negocios fuera del país donde trabaja, debe estar familiarizado con las restricciones comerciales aplicables.

Las leyes de control de exportación pueden restringir ciertas actividades de generación de negocios en un país, incluyendo la transmisión de datos, el envío de propuestas o la oferta de servicios.

Busque asesoramiento

Cuando tenga dudas de si una restricción comercial se aplica a los negocios de Marriott, consulte con el Departamento Legal de Marriott.

Sea digno de confianza.

Proteja los activos
de Marriott.

Evite los conflictos
de intereses.



Protección de los activos y de la reputación de Marriott



Todas nuestras acciones reflejan quiénes somos como individuos y como representantes de Marriott. Debemos ser responsables en nuestra forma de usar nuestro tiempo en el trabajo y de manejar los activos y la información de Marriott. Nunca se deben usar para beneficio personal.

Además, la comunicación no autorizada y la divulgación o el uso indebido de información pueden perjudicar a nuestros clientes, asociados y accionistas así como también a la reputación de Marriott, uno de nuestros bienes más preciados.

Uso apropiado de los activos de Marriott	26
Protección de la información confidencial	27
Tráfico de información privilegiada.....	29
Protección de los intereses comerciales legítimos de Marriott.....	30
Uso del tiempo del asociado.....	31
Conflictos de intereses.....	32
Oportunidades corporativas.....	33

Uso apropiado de los activos de Marriott

Como asociados, tenemos el deber de proteger los activos de Marriott, así como también los activos que son propiedad de otros pero que se encuentran bajo el control de Marriott. Los activos de Marriott deberían ser utilizados solamente en la manera prevista y con fines comerciales legítimos.

A menos que esté autorizado, usted no puede tomar o utilizar para su propio beneficio los productos y servicios de Marriott si no ha pagado por ellos. Por lo tanto, se le prohíbe dar o tomar productos y servicios gratuitos o con descuento no disponibles para el público, a menos que Marriott haya dado la autorización correspondiente.

Evite cualquier práctica que ponga a los bienes de Marriott en riesgo de pérdida, desperdicio, destrucción, malversación, alteración, robo, abuso o uso indebido.

Los registros de Marriott, incluyendo la información almacenada electrónicamente en computadoras, dispositivos digitales personales u otros medios se consideran como un activo de Marriott. Proteja toda la información de Marriott y adhiérase a todas las políticas de conservación de registros.

¿Qué es un activo?

Los activos de Marriott incluyen: 1) activos fijos, grandes y pequeños, tales como el equipo electrónico y los artículos de oficina; 2) activos intangibles, tales como la información privada de Marriott; y 3) otros activos bajo el control de Marriott, incluyendo los activos de los propietarios de los hoteles.

Ejemplos de activos

Activos fijos

- Dinero
- Productos
- Vehículos
- Salas de reuniones
- Habitaciones
- Software/Sistemas de computación
- Equipos
- Activos generados por un asociado y trabajos por contrato

Activos intangibles

- Información confidencial o privada
- Marcas comerciales
- Secretos industriales
- Información con derechos de autor o patentada
- Tiempo del asociado
- Reputación
- Oportunidades corporativas

Ejemplos

Tarifa para estadía por negocios versus tarifa de descuento para asociados

Al hacer un viaje de negocios para Marriott, una asociada consciente de los costos observa que puede ahorrarle un monto considerable a Marriott al reservar su estadía usando la tarifa de descuento para asociados de Marriott.

Acción correcta: La asociada no puede utilizar la tarifa de descuento para asociados para una estadía por negocios. Esto distorsionaría el propósito del viaje y constituiría un uso inadecuado de la tarifa de descuento. Además tiene un impacto en la ganancia del hotel y en los resultados operativos para el propietario del hotel. Todas las estadías reembolsables (incluyendo las de los fines de semana) en las propiedades hoteleras de Marriott deberían reservarse bajo la tarifa de estadía por negocios para asociados de Marriott.

Habitación de cortesía para un amigo

Un ayudante de servicios al huésped de Marriott se encuentra con un amigo que está registrándose en un hotel Marriott para una estadía de una noche. Es tarde y hay habitaciones disponibles en el hotel. Al ayudante le gustaría ofrecerle a su amigo una habitación de cortesía.

Acción correcta: A menos que el asociado tenga una autorización especial, otorgar una habitación de cortesía sería una malversación de un activo de Marriott.

Préstamo de la caja

Un asociado que tiene acceso a la caja de Marriott necesita un préstamo a corto plazo. Sin que nadie lo sepa, toma 50 dólares estadounidenses de la caja y devuelve el dinero al día siguiente.

¿Correcto o incorrecto? Aunque el asociado devolvió el dinero, el “préstamo” no autorizado es un robo a la propiedad de Marriott.

Entradas para uso personal

A manera de promoción, Marriott les ofrece entradas sin cargo para un parque de diversiones a clientes potenciales en un resort. Una asociada del hotel considera tomar las entradas para su familia.

¿Correcto o incorrecto? El uso personal y no autorizado de las entradas es una violación de las políticas de Marriott.

Protección de la información confidencial

Todos son responsables de proteger la confidencialidad de la información de propiedad de Marriott, excepto cuando la divulgación esté autorizada o sea obligatoria por ley.

Este deber se aplica a todos los asociados. Se aplica durante el horario laboral y no laboral y se extiende más allá de su relación laboral con Marriott.

No comparta la información confidencial de Marriott con: 1) los individuos que no están autorizados a recibirla o que no tienen una necesidad comercial de poseer tal información para el desempeño de su trabajo; 2) las personas que no pertenecen a Marriott, a menos que exista un fin comercial legítimo y autorizado para la divulgación o a menos que la ley lo permita o requiera.

La información confidencial incluye:

- La información que debe su valor al desconocimiento del público
- La información no revelada o comercialmente sensible que podría ser útil para los competidores de Marriott
- La información que podría perjudicar a Marriott, y a nuestros accionistas, clientes o asociados en caso de ser revelada

Información y asesoramiento

Si usted sospecha que la información confidencial se ha perdido o usado indebidamente, póngase en contacto con su gerente o informe el problema a Privacidad y Protección de la Información a Privacy@Marriott.com.

Recuerde que Marriott se adhiere a una Política contra las Represalias. [Ver la página 4.](#)

Para más información, consulte la [MIP-29 \(“Information Security and Confidentiality”\) \[Seguridad y confidencialidad de la información\]](#), el Manual de Seguridad de la Información (Information Security Manual) de Marriott o los procedimientos normalizados de trabajo específicos del departamento.

Consulte la [MIP-25 \(“Public Information for News Media and Other Parties”\) \[Información pública para los medios de comunicación y terceros\]](#) para obtener orientación vinculada a las comunicaciones con los medios y terceros y la [MIP-28 \(“Electronic Communications”\) \[Comunicaciones electrónicas\]](#) para obtener orientación vinculada a la protección de la información confidencial al usar las comunicaciones electrónicas.



Protección de la información confidencial

Ejemplos de información confidencial:

- Información personal y financiera acerca de los clientes
- Asuntos personales
- Nombres de usuario y contraseñas de los asociados
- Estrategias de venta y de marketing
- Estrategias de precios
- Ingresos corporativos y datos financieros
- Métodos patentados para desarrollar las actividades comerciales (incluyendo toda la información técnica del sistema)
- Procedimientos de Operaciones de trabajo
- Manuales de políticas
- Memorandos internos y correos electrónicos de negocios
- Secretos comerciales
- Planes de negocio
- Información acerca de fusiones, adquisiciones y empresas conjuntas que no se han hecho públicas
- Cambios administrativos de Marriott
- Nuevos desarrollos de productos o servicios

Deferir a la consideración de personas designadas

A fin de proteger a Marriott y a nuestros accionistas y para asegurar el cumplimiento de la ley, las decisiones vinculadas a la divulgación de la información comercial sensible deberán ser tomadas únicamente por las personas designadas y en coordinación con el Departamento de Comunicaciones.

Nunca comparta información sobre Marriott con los medios de comunicación, los funcionarios públicos, los accionistas, los analistas de valores, otras personas interesadas o el público, sin la debida autorización, o según lo requiera la ley.

Ejemplos

Neutralizar el sistema de seguridad informático

Un asociado ha encontrado una forma de neutralizar los sistemas de seguridad informáticos de Marriott, haciendo que el acceso a la información necesaria para su trabajo sea más rápido y sencillo. Él utiliza este método solo para acceder a los datos que está autorizado a ver.

¿Correcto o incorrecto? Aunque el asociado acceda solo a los datos que se le permite ver, evadir los sistemas de seguridad de Marriott es una violación de las políticas de Marriott y puede hacer que los datos confidenciales de Marriott queden expuestos a una divulgación no autorizada o a un robo.

Compartir el nombre de usuario y la contraseña

Una asociada de Marriott no tendrá acceso al correo electrónico durante sus próximas vacaciones y le pide a su hija que revise su correo electrónico del trabajo periódicamente para estar al tanto de los mensajes importantes. Ella le revela su nombre de usuario y contraseña a su hija y hace hincapié en la confidencialidad de toda la información de Marriott.

¿Correcto o incorrecto? La asociada ha violado las políticas de Marriott al compartir su nombre de usuario y contraseña. Los asociados no pueden usar su criterio personal para la revelación de información confidencial de Marriott.

No debe interpretarse que estas directrices respecto a la protección de información confidencial prohíben a los asociados hablar de los términos y condiciones de su empleo de acuerdo con las leyes vigentes aplicables.

Tráfico de información privilegiada

Es ilegal usar la información confidencial material para tomar decisiones de inversión personal a fin de comprar, vender o comercializar valores tales como acciones, bonos y otras opciones.

Esto se considera un tráfico de información privilegiada y se aplica a asociados, ejecutivos y directores que tengan acceso a la información confidencial de Marriott o a nuestros socios empresariales, clientes, contratistas y proveedores.

La prohibición del tráfico de información privilegiada incluye el uso de la información confidencial material para recomendar decisiones de inversión o para dársela a otros para ayudarlos en sus decisiones de inversión.

La “información privilegiada” puede incluir, entre otros:

- La información sobre fusiones o adquisiciones próximas
- Los cambios en la gestión crítica
- Los resultados financieros no revelados
- El desarrollo de productos y servicios nuevos

En el caso de una revelación inadvertida de información privilegiada, informe el hecho inmediatamente al Departamento Legal de Marriott.

Se prohíbe a todos los asociados participar en el tráfico de información privilegiada.



Políticas para la negociación de valores

Marriott ha establecido políticas específicas para los asociados que negocian valores de Marriott o valores de las entidades con las cuales hacemos o podríamos hacer negocios. Si usted negocia tales valores, debe atenerse a estas políticas, que incluyen lo siguiente:

- Los directores, ejecutivos y empleados de Marriott que estén designados como asociados con restricciones solo podrán negociar valores de Marriott en los momentos permitidos, tal como se detalla en la [MIP-11 \(“Securities Trading”\) \[Comercialización de valores\]](#).
- Se prohíbe a todos los asociados, incluso a aquellos no designados como con restricciones, participar en el tráfico de información privilegiada.
- Aun en momentos en que se permite la negociación, los directores y ciertos ejecutivos deberán obtener una aprobación previa para ciertas transacciones de valores de Marriott.
- Usted no podrá participar en las negociaciones con derivados (tales como ventas cortas u opciones de compra o venta) con respecto a los valores de Marriott.

Información y asesoramiento

Para obtener información detallada sobre las prácticas de negociación prohibidas y la revelación de información privilegiada a otros, consulte la [MIP-11](#). Si tiene dudas, solicite orientación al Departamento Legal de Marriott.

Tráfico de información privilegiada

Asociados con restricciones

Los asociados con restricciones, notificados por Marriott de su estado de restricción, pueden negociar los valores de Marriott solo durante las llamadas “ventanas de comercialización” abiertas. Durante una ventana de comercialización cerrada, hay una lista de actividades que están restringidas a estos asociados, tal como se detalla en la [MIP-11](#). Durante una ventana de comercialización cerrada, los asociados con restricciones no pueden:

- Comprar o vender acciones de Marriott
- Ejecutar una venta en el mismo día (es decir, ejercicio sin efectivo) de una opción
- Hacer cualquier otra negociación de los valores de Marriott
- Cambiar la asignación de los fondos de acciones de Marriott bajo un Plan de ahorro para la jubilación u otros planes de compensación basados en acciones
- Hacer una elección de un método de retención de impuestos sobre nóminas bajo los planes de acciones ejecutivas de Marriott

Ejemplo

Compartir información privada

La madre de un asociado de Marriott le dice a su hijo, quien interactúa con los gerentes de una compañía dada, que está considerando comprar acciones en esa compañía. El hijo se enteró, en el curso del desempeño de sus funciones para Marriott, que existen planes no hechos públicos de vender la compañía a un conglomerado internacional, y le dice a su madre que piensa que su compra es una buena idea porque cree que el valor de las acciones de la compañía aumentará como resultado de la fusión.

¿Correcto o incorrecto? El asociado participó en el tráfico de información privilegiada. Su conducta fue ilegal y constituyó una violación de la política contra el tráfico de información privilegiada.

Protección de los intereses comerciales legítimos de Marriott

La percepción pública de Marriott es una de nuestras ventajas más importantes.

Usted debe evitar cualquier comunicación, revelación o interacción que pueda desacreditar, difamar o perjudicar las marcas, los servicios u otros intereses comerciales legítimos de Marriott, así como también a sus asociados, clientes, proveedores u otros socios empresariales.

Específicamente, cualquier declaración pública hecha en nombre de Marriott o de nuestras divisiones debe presentar un punto de vista coherente y no debe divulgar información privada.

Comunicaciones oficiales y no oficiales

Esta tarea se aplica a las comunicaciones y las divulgaciones sobre Marriott en contextos tanto oficiales como no oficiales, tales como:

- Amigos y familiares
- Internet
- Medios sociales
- Medios de comunicación (p. ej., TV, radio, Internet)
- Actividades fuera de Marriott y en conferencias

En todas las situaciones, considere si las ideas personales que expresa públicamente se pueden malinterpretar como una expresión de la posición oficial de Marriott.

Marriott no desea interferir en su vida privada ni en las actividades que desarrolle fuera del trabajo, incluyendo las redes sociales. Sin embargo, si tales actividades afectan el desempeño de su trabajo, el desempeño del trabajo de otros asociados o los intereses comerciales legítimos de Marriott, Marriott se reserva el derecho de tomar las medidas necesarias, a nuestro criterio, para proteger la reputación y los intereses de Marriott. Para obtener más detalles consulte las [Social Media Rules of Conduct & Guidelines For Associates \(Normas de Conducta y Directrices para Asociados sobre los Medios Sociales\)](#).

Protección de la reputación de Marriott

El rol de las relaciones públicas

Las declaraciones públicas sobre Marriott deben estar coordinadas, aprobadas y emitidas a través de una fuente central de relaciones públicas corporativas. El objetivo es asegurar que las comunicaciones públicas sean objetivas, que sirvan a nuestros intereses y los de nuestros accionistas, que no sean engañosas o confusas y que cumplan todas las disposiciones legales y reglamentarias.

En general, todas las comunicaciones deben cumplir las [Social Media Rules of Conduct & Guidelines For Associates \(Normas de Conducta y Directrices para Asociados sobre los Medios Sociales\)](#) y las demás políticas de comunicaciones de Marriott. Si una situación de emergencia puede dar lugar a publicidad o a indagaciones de los medios, todas las áreas de gerencia tienen la responsabilidad de alertar rápidamente al Departamento de Comunicaciones.

Considere las implicaciones

Si usted se sintiese incómodo al ver una de sus comunicaciones o revelaciones en Internet o si la oye por casualidad un gerente de Marriott, pregúntese si la revelación fue necesaria y si podrá generar revelaciones más amplias, ser malinterpretada o perjudicar a Marriott.

Información y asesoramiento

Para obtener información adicional, consulte la [MIP-25](#), la [MIP-28](#) y las [Social Media Rules of Conduct & Guidelines For Associates \(Normas de Conducta y Directrices para Asociados sobre los Medios Sociales\)](#).

Uso del tiempo del asociado

Trate sus horas de trabajo y las horas de trabajo de los otros asociados como activos de la empresa.

Se espera que se concentre completamente en su trabajo durante el horario laboral. Evite participar en actividades que puedan distraerlo de sus deberes durante el horario laboral. Los miembros del personal administrativo deben asegurar que se les pague a los asociados por todas las horas trabajadas.

Ejemplo

Negocios externos

Luego de consultar con un Gerente y de obtener su aprobación, una gerente de Marriott decide montar un negocio propio. Unas pocas veces por semana, la gerente le pide a su asistente, un asociado de Marriott, que dedique una o dos horas a trabajar en documentos vinculados a su nueva empresa. La gerente piensa que el trabajo adicional no interferirá con los deberes que el asistente tiene con Marriott, y al asistente no le molesta ayudarla en su nueva empresa.

¿Correcto o incorrecto? La nueva empresa de la gerente es una actividad personal. Por lo tanto, la gerente no puede pedirle a un asociado de Marriott que dedique tiempo a su empresa. Esto constituye un uso indebido del tiempo del asociado.

Conflictos de intereses

Como asociado, usted debe evitar las actividades que puedan resultar en, o tener la apariencia de, un conflicto entre sus intereses personales y los intereses comerciales legítimos de Marriott.

Un conflicto de intereses surge cuando los intereses personales interfieren con la capacidad de una persona para tomar decisiones comerciales objetivas o trabajar eficazmente en nombre de Marriott.

Algunas de las reglas designadas para evitar conflictos de intereses incluyen:

- Evite la selección, en nombre de Marriott, de empresas de contratistas y proveedores que sean propiedad o estén administradas por amigos o familiares.
- Evite las decisiones de inversión personal y los negocios externos que puedan comprometer su capacidad para tomar decisiones en beneficio de Marriott. Por ejemplo, las inversiones personales en las acciones de un socio empresarial, cliente, proveedor u otra entidad con la que Marriott haga negocios, pueden dar la apariencia de que sus decisiones para Marriott pueden estar afectadas por el favoritismo.
- Evite tener otro empleo o negocios externos que puedan interferir con su capacidad para desempeñar sus funciones en Marriott de manera objetiva, efectiva y puntual.
- No promueva su empleo en Marriott en conexión con cualquier actividad comercial externa, discurso, presentación o publicación sin autorización.
- No dé la apariencia de que Marriott patrocina o apoya actividades comerciales

externas a menos que haya obtenido las aprobaciones debidas.

- Evite integrar la Junta Directiva de otra compañía. El servicio en juntas de organizaciones caritativas y sin fines de lucro debe ajustarse a los estándares de la [MIP-59 \(“Outside Business Activities”\) \[Actividades de negocios externos\]](#).
- El empleo de familiares en cargos de supervisión directa o indirecta está controlado por la política de Marriott y podría ser inapropiado. Para obtener mayor orientación, póngase en contacto con el gerente de Recursos Humanos (HR) Regional o de su Área.

Marriott ha establecido procedimientos específicos para la revelación y la aprobación de las actividades comerciales propias, tal como se detalla en la [MIP-59](#). Si usted desea emprender negocios externos, debe seguir los procedimientos requeridos.

Ejemplo

Contratación de la empresa de un pariente

Un asociado contrata a un paisajista para un nuevo resort de Marriott. En respuesta a una solicitud abierta para licitaciones, recibe una propuesta de una empresa de paisajismo en la cual su primo tiene una participación significativa pero pasiva. La empresa del primo tiene buena reputación, ha ofrecido un precio justo y cumple todos los requisitos.

Acción correcta: El asociado no debería seleccionar a un paisajista hasta que le informe al gerente sobre el posible conflicto de intereses. El gerente puede decidir transferir esta decisión a otro asociado o tomar las medidas necesarias para mitigar la apariencia de un conflicto.

Oportunidades corporativas

Como asociado, usted tiene el deber de actuar a favor de los intereses de Marriott y de promover nuestros intereses comerciales legítimos.

Por lo tanto, no debería competir con Marriott ni aceptar para sí mismo oportunidades comerciales o inversiones que pertenezcan a Marriott o que puedan promover los intereses de Marriott.

Usted deberá revelar estas oportunidades corporativas a Marriott y pedir aprobación antes de tomar tal oportunidad para sí.

Esta política se aplica a todos los asociados, incluyendo los ejecutivos y los directores, e incluye las oportunidades comerciales o de inversión:

- Ofrecidas debido al cargo que ocupa en Marriott
- Ofrecidas por una entidad con la cual Marriott hace negocios
- Descubiertas mediante el uso de los recursos o la información de Marriott o mediante el cargo que ocupa en Marriott
- Ofrecidas por un competidor
- Que, si Marriott las consiguiera, probablemente promoverían los objetivos empresariales de Marriott

Esta lista de ejemplos no es exhaustiva y puede ser difícil determinar si una oportunidad puede pertenecer a Marriott.

Busque asesoramiento

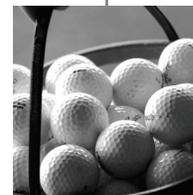
Si tiene dudas, solicite orientación al Departamento Legal de Marriott.

Ejemplo

Participación del cinco por ciento en la empresa de un contratista

Un asociado tiene una relación comercial con un contratista que trabaja para Marriott. El contratista le ofrece al asociado una oportunidad personal de obtener una participación del 5 % en la empresa.

¿Correcto o incorrecto? La inversión en la empresa del contratista puede resultar en un conflicto de intereses. El asociado de Marriott no puede tomar la oportunidad de inversión sin antes comunicárselo a Marriott y solicitar la aprobación.



Proporcione un
centro de trabajo
equitativo y seguro.

Trate a los demás con
respeto y dignidad.



Protección y respeto hacia los clientes y asociados



Como una compañía hotelera con intereses en todo el mundo, Marriott se esfuerza por crear un centro de trabajo seguro, equitativo y libre de acoso para nuestros asociados, y un entorno seguro y acogedor para nuestros clientes.

Nuestro “Espíritu de servicio” (“Spirit to Serve”) a nuestros clientes, asociados y comunidades es una parte importante de nuestra cultura y está basado en la protección y el respeto de las personas y en el compromiso con la defensa y promoción de los derechos humanos básicos.

Lugar de trabajo equitativo y libre de acoso	36
Salud, seguridad ocupacional y seguridad personal	37
Privacidad del cliente y del asociado	37

Lugar de trabajo equitativo y libre de acoso

Marriott reconoce las diferencias individuales y se esfuerza por crear un entorno inclusivo que promueva el respeto mutuo, la diversidad y la igualdad de oportunidades para el desarrollo continuo del lugar de trabajo.

Nuestra mayor fortaleza consiste en la rica mezcla de culturas, talentos y experiencias de nuestros asociados en todo el mundo. Buscamos y asimilamos las diferencias como potentes creadoras de valor que se logra recibiendo con complacencia a quienes quieran participar y formar parte de un equipo con un propósito común y con oportunidades para todos. Nuestras expectativas se basan en dos principios que nos guían: nos esforzamos por lograr nuestro propósito común aprovechando nuestras habilidades y perspectivas únicas, y trabajamos para asegurar que nuestra cultura acepte las contribuciones de todos.

Tenemos el compromiso de brindar igualdad de oportunidades de empleo en todos los aspectos y un entorno de trabajo constructivo para todos los asociados. Marriott cumple con todas las leyes que brindan protección para empleados por su raza, color, religión, sexo (incluido el embarazo), orientación sexual, identidad o expresión de género, nacionalidad, edad, discapacidad, información genética, condición de veterano u otros motivos protegidos por ley en los lugares en que opera Marriott. La inclusión es parte de nuestro legado y valores principales ya que abrimos las puertas a un mundo de oportunidades para todos.

Usted tiene derecho a un entorno laboral profesional libre de acoso y represalias. Con ese fin, trate a todas las personas con respeto y dignidad. Evite cualquier conducta que pueda crear un entorno laboral hostil para los demás.

Busque asesoramiento

Si observa situaciones de acoso o discriminación ilegal en el centro de trabajo, debe reportar sus inquietudes mediante cualquiera de los recursos detallados en la página 5, [Dónde obtener ayuda](#).

Recuerde que Marriott se adhiere a una Política contra las Represalias. [Ver la página 4](#).

“Debemos adoptar una mentalidad global. La mayor fortaleza de Marriott consiste en la rica diversidad de culturas, talentos y experiencias de nuestros huéspedes y asociados en todo el mundo”.

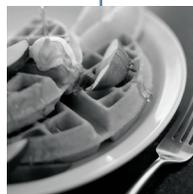
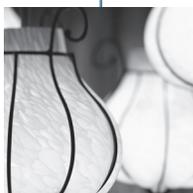
- J.W. Marriott, Jr.
y Arne M. Sorenson

Salud, seguridad ocupacional y seguridad personal

Marriott se esfuerza por proteger la salud, la seguridad ocupacional y la seguridad personal de aquellos que visitan nuestras propiedades y de quienes trabajan para nosotros.

Proporcionar un entorno saludable y seguro respalda nuestra misión de proporcionar una experiencia óptima a nuestros huéspedes y de proteger a nuestros asociados de cualquier daño.

Se espera que usted cumpla todos los requisitos de salud y seguridad y que esté alerta frente a los riesgos para la salud y la seguridad y las deficiencias en las medidas de seguridad.



Privacidad del cliente y del asociado

Existen políticas estrictas en cuanto a la revelación de información sobre los huéspedes y los asociados de Marriott.

Solo existen circunstancias limitadas en las cuales la información privada de los asociados o de los clientes se puede revelar fuera del entorno de Marriott.

Usted es responsable de revisar y entender las políticas de Marriott antes de dar a conocer información sobre los clientes y los asociados de Marriott. Usted no podrá revelar documentación ni información sobre los clientes y asociados actuales o antiguos, salvo las excepciones expresamente identificadas en las políticas de Marriott.

Esta información privada incluye cualquier información de identificación personal (Personally Identifiable Information, PII), que se pueda asociar o vincular a un individuo, tal como:

Nombre, dirección, número de teléfono, dirección de correo electrónico, identificaciones emitidas por el gobierno (p. ej., números de Seguro Social), historial médico, información de tarjetas de crédito u otra información financiera.

La información sobre los clientes y los asociados debe ser protegida, debe ser utilizada solo con fines comerciales legítimos y no debe ser compartida, aun dentro de Marriott, excepto en la medida que sea necesario.

Más información:

Para obtener más información sobre la PII, consulte la [MIP-47 \("Personal Information Privacy"\) \[Privacidad de la información personal\]](#).

No debe interpretarse que estas políticas prohíben a los asociados hablar de los términos y condiciones de su empleo de acuerdo con las leyes vigentes aplicables.

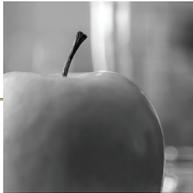
Trabaje por el bien
de la comunidad.

Apoye los
derechos humanos.

Sea responsable con
el medioambiente.



Fomento del bien común



Marriott es conocido por su compromiso con la diversidad, la responsabilidad social y las comunidades en que operamos.

Tenemos la responsabilidad de devolver a las comunidades lo que de ellas recibimos y minimizar nuestro impacto en el medioambiente.

Espíritu comunitario	40
Apoyo a los derechos humanos y la dignidad humana ...	40
Responsabilidad medioambiental	41

Espíritu comunitario

Marriott tiene una responsabilidad social de servir a toda la comunidad.

Para ejercer un impacto más significativo, nuestra responsabilidad social y compromiso comunitario se combinan con contribuciones económicas corporativas, donaciones en especie y servicios voluntarios de los asociados de Marriott de todo el mundo.

Nuestro compromiso con la responsabilidad social no solo beneficia a las comunidades en las que vivimos y trabajamos, sino que también:

- Fortalece la cultura de Marriott
 - Nos ayuda a atraer y conservar a los asociados, clientes y socios empresariales valiosos
 - Brinda oportunidades para el desarrollo
- Como asociados de Marriott, deberíamos guiarnos por el principio de dar más de lo que recibimos. Se espera que seamos amables, generosos y caritativos con los demás.

“Debemos mantenernos unidos para asegurar que los viajes y el turismo sean siempre una fuerza positiva para el bien del mundo”.

- J.W. Marriott, Jr.

Apoyo a los derechos humanos y la dignidad humana

Marriott apoya los derechos humanos en todo el mundo y trabaja para proteger los derechos humanos en su ámbito de influencia.

Un elemento importante de nuestro respaldo a los derechos humanos es asegurar que nuestra propiedad y nuestros servicios sean utilizados adecuadamente por los demás.

Nuestra Declaración de la Política sobre los Derechos Humanos se alinea con la preocupación del público, las empresas y el gobierno por temas tales como el tráfico de personas y la explotación de niños.

Adherirnos a estos principios, y tener relaciones comerciales con quienes lo hacen, nos ayudará a mantener una ventaja competitiva y el respeto y la confianza de nuestros asociados y clientes.

Si usted sospecha que nuestra propiedad está siendo utilizada con fines ilegales o de una manera que no respeta la dignidad humana, o si usted cree que la conducta de un asociado no concuerda con esta política, informe su preocupación inmediatamente, utilizando cualquiera de los recursos detallados en la página 5, [Dónde obtener ayuda](#).

Recuerde que Marriott se adhiere a una Política contra las Represalias. [Ver la página 4](#).



Responsabilidad medioambiental

Marriott tiene el compromiso de minimizar el impacto de nuestras operaciones en el medioambiente y de promover la sostenibilidad medioambiental en asociación con las organizaciones de conservación ambiental de todo el mundo.

Nuestro compromiso con el medioambiente incluye la reducción del consumo de energía y agua en nuestras instalaciones y la ampliación de programas de “reducción, reutilización y reciclaje” en todas nuestras propiedades.

Nuestro compromiso con la responsabilidad medioambiental comienza en el nivel ejecutivo y se extiende a todos los asociados. Animamos a todos los asociados a pensar de forma creativa e innovadora para ayudarnos a hacer nuestra parte en la protección del medioambiente.

Todos los asociados, especialmente los gerentes, deben pensar en cómo ser responsables con el medioambiente en su trabajo para Marriott. Usted no debe generar ni ignorar los riesgos medioambientales.

Asimismo, se les anima a informar sobre cualquier posible violación de las leyes y regulaciones medioambientales, usando cualquiera de los recursos detallados en la página 5, [Dónde obtener ayuda](#).

“Todos somos huéspedes en el planeta”.

- Arne M. Sorenson



“Trabajando juntos, podemos sostener y fortalecer nuestra reputación mundial de ser una compañía de valores, con moral, integridad y excelencia”.

- Arne M. Sorenson

