

POLÍTICA DE MERCADOTECNIA RESPONSABLE

Fecha de elaboración	Fecha de Actualización	Versión
11 /11 / 2015	18 / 09 / 2017	1
Elaboró	Revisó	Aprobó
Comité de Mercadotecnia Responsable	Ing. Víctor Aguilar Ruíz Directos Div. Logística Lic. Omar E. Lima Castillo Director Div. Puertos	Lic. César M. Zamora Pozos Lic. Leoncio Pérez López Dirección General

CONTENIDO

1. Política
2. Alcance
3. Principios MORSI
4. Lineamientos y Responsabilidades

POLÍTICA DE MERCADOTECNIA RESPONSABLE

1. Política

Como empresa socialmente responsable tenemos un firme compromiso con los clientes de satisfacer plenamente sus requerimientos y expectativas de acuerdo con la política de calidad del grupo¹, promoviendo servicios de logística integral favoreciendo el comercio exterior.

2. Alcance

Buscamos la competitividad con una competencia justa, responsable y ética; identificando oportunidades rentables que logren beneficios para la empresa, ganando la confianza de nuestros clientes actuales y futuros a través de la entrega de valor.

3. Principios MORSI

Respetar la dignidad humana con justicia y equidad, en todas tus acciones.

Combatir prácticas de corrupción, interna y externamente; incluidas la extorsión y el soborno con una política de cero tolerancias.

Buscar la competitividad sin causar daños, apoyar al comercio multilateral, la competencia justa, así como ser responsable y ético en la publicidad, la calidad de productos, la distribución y la promoción.

Desempeñarse con base en los valores corporativos, promover y vigilar su cumplimiento permanentemente; incluirlos en un código de ética y/o conducta y hacerlo público.

POLÍTICA DE MERCADOTECNIA RESPONSABLE

4. Lineamientos y Responsabilidades

Calidad Personal

Debemos lograr que la calidad en los procesos sea reflejo de la calidad del personal que los desempeña, por lo que se promoverá:

- a) **La integridad personal** como expresión de disciplina, orden, respeto y entusiasmo.
- b) **Creatividad e innovación** como parte de nuestro reto diario para el mejoramiento continuo y la generación de valor agregado.
- c) **Productividad** en nuestro trabajo, en la administración del tiempo y en el empleo de los recursos.
- d) **Consciencia** en la práctica de un trabajo libre de errores y en el compromiso leal con la institución y con las realizaciones de calidad para nuestros clientes y el respeto de la comunidad a la que se dirige.

Ventas y mercadotecnia

- Comprometer nuestras capacidades sólo con aquello con lo que podamos cumplir cabalmente.
- Evitar cualquier ofrecimiento que utilice faltas a la verdad en su promoción y publicidad.
- Promover y argumentar utilizando información real y verídica, acerca de la disponibilidad, oportunidad y/o calidad de nuestros productos y servicios, así como de los términos de venta.

POLÍTICA DE MERCADOTECNIA RESPONSABLE

Criterios de comunicación

Toda la información independientemente del carácter que guarde deberá considerar las siguientes características:

- Objetiva, acorde a la realidad de nuestra propuesta de valor.
- Relevante, que las partes interesadas puedan darle uso.
- Verificable, con un sustento documental en otros medios de información.
- Significativa, que responda a las expectativas de nuestros grupos de interés.
- Oportuna, que se tenga disponibilidad en el momento en el que se requiere.
- Asertiva, con claridad en los mensajes transmitidos.
- Consistente y uniforme, para facilitar su comparación.
- Inclusiva, que considere a todas las partes interesadas que pueden acceder a la información.

Cumplimiento Normativo

Cumplir todas las regulaciones incluyendo las de los lugares en donde tenga actividad comercial.

¹Política de calidad: “En CICE mediante la Comercialización y Realización de servicios logísticos integrales, nos comprometemos a proporcionar permanentemente servicios que satisfagan los requisitos legales pertinentes de las partes y/o grupos interesados, logrando el aumento de su satisfacción a través de la aplicación eficaz del sistema de gestión”.