

# Código de Ética Michelin

*El Código de Ética aplica para todos los empleados del Grupo sin excepción, así como a las personas trabajando en nuestros sitios o en nombre de una entidad del Grupo, en todo el mundo.*

*Michelin también alienta a sus clientes, proveedores, y otros socios a apegarse a este Código; en muchos casos, el respeto a este Código se convierte en una condición para hacer negocios con el Grupo.*

*En términos de ética, el respeto de las leyes nacionales e internacionales es un principio básico para el Grupo.*

*Este Código reitera los valores fundamentales del Grupo y describe las reglas básicas que deben observarse. Indica los lineamientos que deben regir las decisiones de los empleados y partes interesadas. Especifica los comportamientos que se deben adoptar en situaciones típicas de cada entorno de trabajo.*

*Se invita a cada empleado, socio o proveedor a ejercer su juicio y sentido común, y a actuar de buena fe cuando se enfrente a otras situaciones que puedan surgir y que no sean abordadas específicamente en este Código.*

*Se espera que este documento evolucione con el tiempo. En caso de conflicto entre versiones, prevalecerá la versión en francés de este Código publicada en línea en [ethique.michelin.com](http://ethique.michelin.com).*



# INDICE

<b>Unas palabras de los gerentes</b>	<b>3</b>
<b>Gobernanza Ética y Organización</b>	<b>5</b>
<b>Funciones y Responsabilidades</b>	<b>5</b>
<b>Mi rol como gerente</b>	<b>6</b>
Información	6
Apoyo	7
Protección de denunciantes	7
<b>Mi rol como empleado</b>	<b>7</b>
Qué hacer: Debo	7
Tengo una duda	8
Protección de denunciantes	8
<b>Preguntas y Alertas</b>	<b>8</b>
<b>Preguntas</b>	<b>9</b>
<b>Alertas</b>	<b>10</b>
¿Cuándo debo elaborar una alerta?	10
¿Por qué debo elaborar una alerta?	11
¿Cómo elaboro una alerta?	11
Confidencialidad & Protección para el denunciante	11
<b>Actuando con ética todos los días</b>	<b>12</b>
<b>En el trabajo</b>	<b>12</b>
Discriminación	12
Acoso	14
Salud y Seguridad	18
Trabajo Infantil	21
Trabajo forzado	22
Seguridad - Protección de activos	25
<b>Haciendo negocios</b>	<b>26</b>
Regalos e Invitaciones	27
Comercio internacional y control de la exportación	29
Competencia leal	31
Prevenir conflictos de interés	33
Contribuciones caritativas y políticas	35
Prevenir el uso indebido de información privilegiada	36
Lucha contra el fraude	38

<i>Lucha contra la corrupción</i>	41
<i>Protección de privacidad e información personal</i>	44
<i>Relaciones con proveedores</i>	46
<i>Respeto de reglas y regulaciones</i>	46
<b>Interacciones externas</b>	<b>48</b>
<i>Redes sociales</i>	48
<i>Organizaciones de la sociedad civil (OSC)</i>	49
<i>Comunidades Locales</i>	50
<i>Sinceridad en reportes financieros</i>	53
<b>Mi trabajo y el Medio Ambiente</b>	<b>54</b>
<i>En mi puesto de trabajo</i>	55
<i>Más allá de mi puesto</i>	57
<i>Viajes de negocio</i>	57
<i>En mi puesto</i>	58

# Código de Ética Michelin

## Actuando con ética todos los días

**El Código de Ética aplica para todos los empleados del Grupo sin excepción, así como a las personas trabajando en nuestros sitios o en nombre de una entidad del Grupo, en todo el mundo.**

Michelin también alienta a sus clientes, proveedores, y otros socios a apegarse a este Código; en muchos casos, el respeto a este Código se convierte en una condición para hacer negocios con el Grupo.

En términos de ética, el respeto de las leyes nacionales e internacionales es un principio básico para el Grupo.

Este Código reitera los valores fundamentales del Grupo y describe las reglas básicas que deben observarse. Indica los lineamientos que deben regir las decisiones de los empleados y partes interesadas. Especifica los comportamientos que se deben adoptar en situaciones típicas de cada entorno de trabajo.

Se invita a cada empleado, socio o proveedor a ejercer su juicio y sentido común, y a actuar de buena fe cuando se enfrente a otras situaciones que puedan surgir y que no sean abordadas específicamente en este Código.

Se espera que este documento evolucione con el tiempo. En caso de conflicto entre versiones, prevalecerá la versión en francés de este Código publicada en línea en [ethique.michelin.com](http://ethique.michelin.com).



## Unas palabras de los gerentes

### Nuestro Grupo está unido por sus valores

Michelin necesita las aportaciones de todos y cada uno de nosotros para afrontar los retos generados por nuestro entorno, nuestros clientes y nuestros mercados. Construir juntos el Michelin del mañana significa, en primer lugar, unirnos en torno a los valores de nuestro Grupo y hacer un compromiso colectivo con su éxito.

Este compromiso debe llevarse a cabo éticamente en todo lugar y en todo momento, para asegurar la sostenibilidad de Michelin. Esta responsabilidad debe ser asumida por todos los miembros del Grupo. Nuestra estrategia, nuestro comportamiento y nuestra práctica empresarial debe reflejar esto.

### Por eso Michelin se compromete a:

- Formular la práctica empresarial a través de la creación y distribución de documentos estructurantes,

como este Código de Ética y el Código de Conducta Anticorrupción. El incumplimiento de las reglas y directrices emitidas por el Grupo puede comprometer la responsabilidad de los empleados y exponerlos a sanciones disciplinarias ;

- Garantizar el respeto de los derechos humanos en todas sus actividades y dondequiera que esté presente el Grupo ;
- Implementar políticas dirigidas a reducir los riesgos asociados a la huella ambiental de actividades, productos y servicios.

### **Un Código de Ética para guiar el comportamiento adecuado**

Este Código tiene como objetivo ayudar a nuestros empleados y socios a adoptar comportamientos adecuados ante determinadas situaciones que pueden presentar riesgos para ellos mismos o para Michelin.

#### **Este Código:**

- Reitera nuestros valores y nuestros principios rectores fundamentales.
- Indica a nuestros empleados cómo reaccionar ante las situaciones más frecuentes.
- Expresa claramente los comportamientos a adoptar de acuerdo con nuestros valores y procedimientos (sección "Qué hacer/Que no hacer").
- También se ocupa de situaciones más complejas y explica la línea de acción a seguir (sección "Casos Prácticos").
- Provee una lista de expertos a consultar en caso de dudas (sección "A quién contactar").
- Propone una lista de documentos adicionales a consultar (sección "Referencias").

### **Cada empleado es un embajador de los valores de Michelin**

Al igual que la seguridad, la ética es asunto de todos.

La implementación y respeto de este Código depende del compromiso de cada empleado, sin importar su puesto o función. Nuestra conducta individual y colectiva debe ajustarse a los valores del Grupo. Todos somos garantes de los valores, reputación, imagen y legado que el Grupo Michelin construye y fortalece a lo largo del tiempo, para asegurar la protección de sus empleados y su sostenibilidad.

Cada empleado debe tomarse el tiempo para leer este documento detenidamente y comprometerse a implementar sus preceptos a diario.

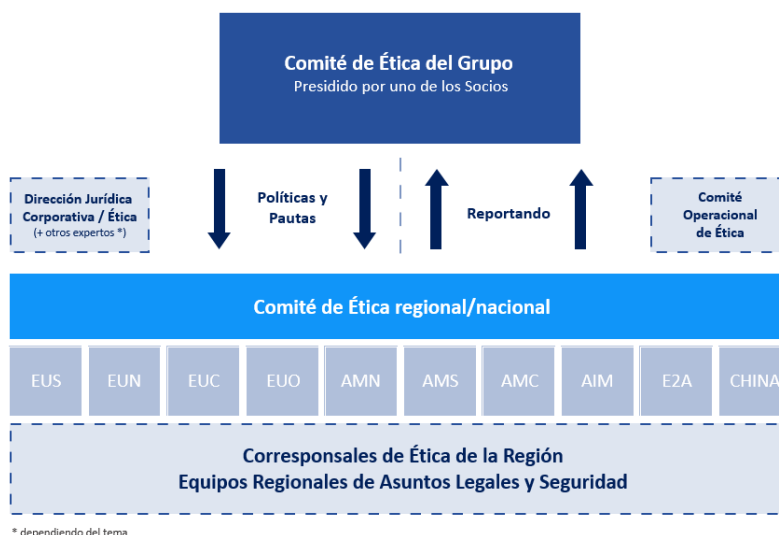
#### **Florent MENEGAUX**

Presidente del Grupo Michelin

#### **Yves CHAPOT**

Socio y Director de Administración y Finanzas

# Gobernanza Ética y Organización



## Misiones del Comité de Ética del Grupo

- Promover una cultura ética
- Garantizar el compromiso ético del Grupo
- Dirigir la estrategia ética
- Garantizar la coherencia de las acciones de las Regiones
- Validar el programa ético del Grupo, incluyendo políticas principales y las acciones que deben tomarse para asegurar el progreso continuo.

## Funciones y Responsabilidades

Todos los empleados Michelin, independientemente de su país de residencia, deben respetar individualmente todos los principios y prescripciones de este Código. De esta manera, cada empleado es un actor fundamental del desempeño del Grupo y un embajador de sus valores.

El Grupo también alienta a cada empleado a compartir y difundir este contenido entre sus colegas profesionales y conocidos, en un espíritu de respeto y diálogo, con el fin de contribuir activamente al bienestar de todos en el trabajo y al desempeño colectivo.

Los escenarios abordados en este Código no pueden ser exhaustivos. Por lo tanto, se le pide a cada empleado ejercer juicio y sentido común ante las diversas situaciones que puedan surgir, de acuerdo con los valores y principios rectores reafirmados aquí. Si la información contenida en este Código no es suficiente para guiar su juicio, se le invita a contactar al gerente o representante del Departamento Legal. Sus preguntas son bienvenidas.



## CONSECUENCIAS AL NO RESPETAR ESTE CÓDIGO

El incumplimiento de los principios y prescripciones establecidas en este Código podría exponer a un empleado a sanciones disciplinarias que pueden llegar incluso al despido, y al enjuiciamiento civil o penal. Por lo tanto, es responsabilidad de cada empleado leer, comprender y cumplir todos los principios y prescripciones de este Código.

En caso de conflicto entre este Código y la ley aplicable u otra política aplicable del Grupo o de una filial del Grupo, prevalecerá la regla más estricta. Es responsabilidad de cada empleado, en colaboración con el Departamento Legal, entender completamente el alcance de tales excepciones.

## Mi rol como gerente

Como gerente, contribuye no sólo con el desempeño del Grupo, sino que también garantiza el bienestar de su equipo.

Inspira a sus empleados por medio del comportamiento ejemplar, y crea la confianza necesaria para alentar sus preguntas: se asegura regularmente que los miembros de su equipo sepan que los está escuchando, recordándoles que no está tolerado tomar represalias en contra de un empleado que, en buena fe, presente una alerta sobre una posible violación a este Código.

### *Respecto a las personas bajo mi responsabilidad*

## Información

- **Me aseguro de que conozcan y respeten los valores, principios y prescripciones establecidas por el Grupo Michelin, incluido este Código.**
- **Señalo el contenido** de este Código que sea **más relevante para su actividad.**
- **Predico con el ejemplo;** al no dudar, si es necesario, en compartir mis preguntas, o reportar comportamiento inapropiado.

## Apoyo

- Responsabilidad: cuando un empleado me comparte una inquietud ética, le pregunto de antemano si ha utilizado el **procedimiento de cuestionamiento del Código**. Si no, lo reviso con ellos.
- Me aseguro que de que **respeten las leyes y regulaciones aplicables**.
- Si aún hay duda en cuanto a una situación, me aseguro de que los expertos referenciados en este Código sean contactados para proporcionar una respuesta (consultar la sección "A quién contactar" al final de cada página).
- **Me aseguro de que nadie sea objeto de represalia** de ningún tipo por reportar en buena fe una situación inapropiada o por realizar un cuestionamiento.
- **Me aseguro de que cualquier inquietud ética o alerta sea transmitida a la [Línea Ética](#)** para que pueda ser registrada y atendida de manera rápida y eficiente.

## Protección de denunciantes

Usar la [Línea Ética](#) permite que la alerta sea realizada de manera anónima, confidencial y segura.

**Incluso si no está seguro de que una situación particular amerite una alerta o denuncia, reportarla en la Línea Ética lo ayudará a conocer la naturaleza de la situación y a asegurar que ésta se maneje de manera apropiada.**

Sin importar qué método de alerta se utilice, **no se le permite a nadie tomar ninguna acción de represalia en contra de un empleado que, en buena fe, ha reportado** una posible violación a este Código, de la ley, o de los principios y prescripciones de Michelin.

Cualquier empleado que cree ser objeto de represalia debe reportarlo siguiendo el mismo procedimiento.

Más información: [Línea Ética del Grupo Michelin](#).

## Mi rol como empleado

Por medio de su comportamiento, cada empleado es un embajador del Grupo y sus valores. La adherencia a este Código es por lo tanto, necesaria tanto para el bienestar individual y colectivo de todos en la empresa, como para la reputación de Michelin.

En caso de cualquier duda sobre la conducta a adoptar, se solicita a cada empleado consultar este Código.

## Qué hacer: Debo

- **Cumplir con las leyes y regulaciones aplicables.**
- **Cumplir con los valores, principios y prescripciones establecidas por el Grupo Michelin.**
- **Compartir mis preguntas o presentar un [informe](#) o alerta** si enfrento una situación que no parece respetar los valores de Michelin, las leyes y regulaciones aplicables, o este Código, ya sea contra mí o



alguno de mis colegas. Hay **múltiples maneras en las que puedo presentar una alerta**: la [Línea Ética](#), el Departamento de Recursos Humanos, el Departamento de Seguridad, el Departamento Legal, mi gerente o cualquier gerente, el Oficial Médico, o el Corresponsal de Ética de la Región.

- **Conocer y comprender** los temas abordados en este Código y las recomendaciones y comportamientos a adoptar frente a mis actividades profesionales.
- **Compartir los contenidos** de este Código, en un espíritu de respeto y diálogo, para contribuir activamente con el bienestar en el trabajo y el desempeño del Grupo.
- **Usar el buen juicio y sentido común** al enfrentar las diversas situaciones que puedan surgir, de acuerdo con los valores y principios rectores en este Código.
- **Ser un ejemplo** al no dudar en hacer preguntas o reportar cualquier conducta inapropiada.

## Tengo una duda

- En caso de duda sobre qué hacer, esta guía indica **los comportamientos esperados en cierto número de situaciones comunes** ("Qué hacer / Qué no hacer").
- Este Código aborda **situaciones más complejas, a través de "Casos Prácticos"**.
- Si no logro encontrar una respuesta adecuada para mi situación, debo consultar **los documentos específicos y a los expertos mencionados** después de los casos prácticos.
- Para mayor orientación, uso las **tablas disponibles en la página de Preguntas**.
- Consulto con **mi gerente** o con **un representante del Departamento Legal**.

## Protección de denunciantes

Usar la [Línea Ética](#) permite que se presente la alerta de manera anónima, confidencial y segura.

**Incluso si no está seguro de que una situación particular amerite una alerta o denuncia, reportarla en la Línea Ética lo ayudará a conocer la naturaleza de la situación y a asegurar que ésta se maneje de manera apropiada.**

Sin importar qué método de alerta se utilice, **no se le permite a nadie tomar ninguna acción de represalia en contra de un empleado que, en buena fe, ha reportado** una posible violación a este Código, de la ley, o de los principios y prescripciones de Michelin.

Cualquier empleado que cree ser objeto de represalia debe reportarlo siguiendo el mismo procedimiento.

Más información: [Línea Ética del Grupo Michelin](#)

## Preguntas y Alertas?

El éxito continuo de Michelin depende en la disposición de sus empleados para realizar sus actividades con integridad y en pleno cumplimiento con las leyes y regulaciones, así como los principios y prescripciones del Grupo.

Un comportamiento ético y conforme que refleje los valores de nuestro Grupo es importante para nuestros empleados, clientes, socios y el Grupo. Michelin cuenta contigo para asegurar la protección de sus empleados, para preservar la reputación e integridad del Grupo, y para protegerlo del riesgo de daños financieros y legales.

## Preguntas

El respeto a las personas está en el centro de los valores de Michelin.

El Grupo promueve el diálogo y la libre expresión, dándole la oportunidad a todos de manifestar sus inquietudes. Michelin está comprometido a promover el desarrollo de todos y a ejercer sus actividades de acuerdo con las regulaciones de cada país en donde opera.

La información expuesta en este Código le dará a los empleados las herramientas necesarias para tomar decisiones éticas, mientras se respetan los principios y prescripciones del Grupo. Sin embargo, algunas respuestas no son evidentes. Aquí hay una lista de preguntas que debes hacerte antes de tomar una decisión.

***Si tengo una duda en cuanto a si una situación/decisión/acción es ética, me hago las siguientes preguntas:***

Frente a una decisión por tomar				
	Rechazo la decisión	Hablo con mi gerente sobre ésta	Consulta este Código	Continúo con estas preguntas
¿Es legal?				
Si		•	•	•
No	•			
¿Arriesga dañar la reputación del Grupo?				
Si		•	•	•
No			•	•
¿Estoy dispuesto a tomar responsabilidad por la decisión?				
Si			•	•
No	•			
¿Presenta un problema para mi conciencia hablar al respecto abiertamente?				
Si		•	•	•
No			•	•
¿Cumple con este Código?				
Si				
No	•			

Frente a una acción que ya se tomó				
	Contacto a la Línea Ética y elaboro una alerta	Hablo con mi gerente sobre ésta	Consulto este Código	Continúo con estas preguntas
¿Es legal?				
Si		•	•	•
No	•			
¿Arriesga dañar la reputación del Grupo?				
Si		•	•	•
No				•
¿Presenta un problema para mi conciencia hablar al respecto abiertamente?				
Si		•	•	•
No				•
¿Cumple con este Código?				
Si		•		
No	•			

## Alertas

Este Código contiene principios rectores estrictos, los cuales el Grupo no tiene intención de comprometer en lo relativo a comportamientos **En el trabajo**, **Haciendo negocios** e **Interacciones externas**.

Nota: considerando la naturaleza particular de la emergencia ambiental, Michelin ha decidido agregar una dimensión adicional a este Código: **Mi trabajo y el medio ambiente**. Estas recomendaciones tienen la **intención de informar y fomentar**: buscan ayudar a cada empleado a mejorar su huella ambiental dentro del marco de sus actividades profesionales. Actualmente, estas reglas no son obligatorias (excepto en aquellas actividades sujetas a una ley medioambiental).

## ¿Cuándo debo elaborar una alerta?

Si un empleado del Grupo tiene conocimiento de hechos o situaciones que podrían constituir una posible violación de las leyes y regulaciones aplicables, de este Código, o de cualquier principio o prescripción del Grupo, deben reportarlas, para que éstas puedan ser investigadas y se tomen las medidas apropiadas para tratar la situación y prevenir que vuelva a ocurrir.

Cada persona que recibe una alerta debe asegurar que sea registrada en la base de datos de la [Línea Ética](#), para que pueda ser investigada y se tomen las medidas apropiadas para tratar con la situación y prevenir que vuelva a ocurrir.

Ver: [Preguntas](#)

## ¿Por qué debo elaborar una alerta?

**El éxito continuo de Michelin** depende en la disposición de sus empleados para realizar sus actividades con integridad y en pleno cumplimiento con las leyes y regulaciones, así como los principios y prescripciones del Grupo.

Un comportamiento ético y conforme que refleje los valores de nuestro Grupo es importante para nuestros empleados, clientes, socios y el Grupo. Michelin cuenta contigo para proteger a los empleados del Grupo, **para preservar la reputación e integridad, y para protegerlo del riesgo de daños financieros y legales.**

Reportarlo también es importante para informarnos acerca de los dilemas a los que nos enfrentamos todos en un ambiente cada vez más complejo. **Ésta es una manera para que todos podamos aprender y progresar de manera continua.**

La supervisión de los empleados y socios es uno de los instrumentos más importantes para detectar violaciones a este Código. El Grupo depende de la responsabilidad de todos para asegurar que el comportamiento individual vaya de acuerdo con los principios rectores expuestos en este Código.

## ¿Cómo elaboro una alerta?

Para reportar una violación potencial a las leyes o regulaciones aplicables, a este Código o a cualquier principio o prescripción del Grupo, el Grupo ha creado una [Línea Ética](#) disponible para empleados y terceros alrededor del mundo, a la cual se puede acceder vía Internet o por teléfono.

Este sistema profesional de denuncia, organizado y administrado por un proveedor externo independiente, permite que todos - *empleados, socios, clientes, proveedores o contratistas* - puedan reportar violaciones a una ley o regulación, a este Código, o cualquier situación contraria a los principios y prescripciones del Grupo.

### [Línea Ética del Grupo Michelin](#)

Además de la [Línea Ética](#), también están disponibles otros canales para elaborar una alerta: los empleados también pueden contactar al **Departamento de Recursos Humanos**, al **Departamento de Seguridad**, al **Departamento Legal**, a su **gerente** o **cualquier gerente**, el **Oficial Médico de la empresa** o al **Corresponsal de Ética de la Región**.

## Confidencialidad & Protección para el denunciante

La [Línea Ética](#) permite que cualquiera pueda elaborar una alerta de manera anónima, confidencial y segura.

Sin importar qué medio de alerta se utilice, **no está permitido que nadie tome medidas de represalia en contra de un empleado que, en buena fe, haya reportado una posible violación de este Código, de la ley, o de los principios y prescripciones de Michelin.**

Cualquier empleado que cree ser objeto de represalia debe reportarlo siguiendo el mismo procedimiento.

Para más información: [Línea Ética del Grupo Michelin](#)

# Actuando con ética todos los días

En todo el mundo, Michelin espera de sus empleados un comportamiento ético que respete los valores fundamentales defendidos por el Grupo.

Aquí encontrarás los valores y principios rectores sobre los cuales guiar su conducta. De igual manera, cada tema presenta los comportamientos correctos que se deben de adoptar en las diferentes situaciones laborales que pueda enfrentar.

## En el trabajo

El objetivo de Michelin es contribuir continuamente al desarrollo y bienestar de todos en el ejercicio de sus responsabilidades dentro del Grupo.

**La protección y el respeto a los empleados** requiere que todos tomen en cuenta las siguientes reglas de convivencia en el trabajo.

## Discriminación

La diversidad e inclusión en la empresa son activos valiosos para el Grupo. Michelin considera que un ambiente laboral en donde todos se sientan respetados por su autenticidad refuerza el compromiso y desempeño colectivo. El Grupo sitúa la lucha contra cualquier forma de discriminación en el nivel más alto de sus requisitos.

Michelin espera que sus empleados sean respetuosos en sus interacciones con los compañeros y con todas las personas con las que mantienen relaciones profesionales (proveedores, clientes, comunidades vecinas, candidatos a puestos de trabajo, etc.).

### **Definiciones y Contexto**

**La discriminación** es el acto de tratar a una persona o grupo de manera diferente al desfavorecerlos o favorecerlos con base en criterios tales como identidad de género, edad, religión, cultura, origen social, nacionalidad, etnia, discapacidad, orientación sexual, afiliación sindical, estado familiar, opinión política, apariencia física, etc. La discriminación es contraria a la igualdad. La Organización internacional del Trabajo (OIT) considera que "la protección contra la discriminación es un derecho humano fundamental"; es objeto de varios convenios, incluido el Convenio 111.

**La discriminación en la empresa** puede ocurrir en la contratación, en la decisión de ascenso, en el salario, en la capacitación, y en el acceso a servicios y beneficios.

También resulta en comportamientos, palabras o acciones basadas en estereotipos que pueden minimizar, deslegitimar o descalificar a una persona o clase de personas. Se castiga con sanciones civiles y penales en muchos países.

## Valores y Principios Rectores

El Grupo está comprometido a garantizar oportunidades iguales dentro del Grupo, sin importar la condición del empleado, durante la contratación, en la decisión de sueldo, en la trayectoria de carrera, en el acceso a capacitación, y en otras condiciones de empleo.

Cada socio, gerente, empleado, debe ser tratado con el mismo nivel de **dignidad** y **respeto** sin importar la identidad de género, edad, religión, cultura, origen social, nacionalidad, etnia, discapacidad, orientación sexual, afiliación sindical, estado familiar, opinión política, apariencia física, etc.

Además de las expectativas hacia sus empleados, el Grupo también le pide a sus clientes y proveedores luchar contra cualquier forma de discriminación y acoso hacia sus propios empleados.

## Qué hacer

*(Gerentes en la Dirección de Personal Corporativo, otros Gerentes, Gerentes de Diversidad e Inclusión)*

- Garantizar que los anuncios de empleo sean dirigidos a todo tipo de candidatos sin hacer mención de género, edad, cultura, orientación sexual, religión, talla, etc.
- Informar a los empleados las posibles acciones que deben de tomar en caso de discriminación y acompañarlos en este proceso.
- Atender seriamente cualquier queja de posible discriminación y respetar el derecho de apelación de cada empleado.
- Sancionar los actos de discriminación si son comprobados, de acuerdo con las leyes y regulaciones aplicables.
- Crear conciencia entre los gerentes y reclutadores sobre los estereotipos en los procesos de Recursos Humanos.
- Crear conciencia entre los gerentes sobre los comportamientos y comentarios que pueden generar discriminación, a prestar especial atención a las personas vulnerables, y para saber qué hacer ante un reporte o queja.

## Qué no hacer

- Ignorar las quejas de discriminación (gerente).
- Considerar nombre, dirección, edad, género, situación familiar, fotografías, o cualquier característica no relacionada a las habilidades de un candidato al tomar decisiones durante el proceso de selección (contratación) o en decisiones relacionadas con la trayectoria de un empleado (gerente).
- Hacer preguntas a los solicitantes sobre su cultura, religión, estado civil, intención de tener hijos, orientación sexual, etc. durante una entrevista de trabajo (reclutador).
- Estipular en un contrato con un empleado o proveedor cualquier criterio de edad, religión, talla, género o cultura para cualquier persona que trabaja de manera directa o indirecta en Michelin.
- Hacer comentarios que, aunque puedan parecer inofensivos o humorísticos, tengan el efecto de menospreciar o deslegitimar a una persona basado en su procedencia, sexo, origen social, religión, discapacidad, etc.

## Caso práctico 1

*Tu gerente constantemente hace bromas o comentarios criticando la religión de uno de tus compañeros. El gerente nunca escoge a este compañero para proyectos que pudieran representar una oportunidad de crecimiento, a pesar de que su trabajo es impecable, y rechaza sin razón alguna sus solicitudes para pedir licencia o capacitación. Este empleado mantiene la calma y no reacciona, pero parece estar afectado por la situación. ¿Qué deberías de hacer?*

Alientas a tu compañero a expresar al gerente que su actitud es hiriente y discriminatoria; también puedes ofrecerte para acompañar a tu compañero en este proceso. Si él no desea hacer esto, o si este acercamiento no mejora el comportamiento del gerente, debes alentar a tu compañero a utilizar la [Línea Ética](#) y a contactar a la Asociación de Desarrollo de Proximidad (PDP).

## Caso práctico 2

*Eres el Gerente de Diversidad e Inclusión*

*Una compañera de trabajo te pide una entrevista. No ha tenido un ascenso en cinco años. Por una parte, uno de sus compañeros en otro departamento fue ascendido después de dos años. Ella siente que la están tratando diferente porque es mujer. ¿Cómo debes responder?*

Le explicas que el Grupo está comprometido en garantizar que todos sus empleados sean tratados iguales. Los ascensos siempre se deciden con base en criterios objetivos.

Sin embargo, vas a referir el asunto con la Asociación de Desarrollo de Proximidad (PDP por sus siglas en francés) para que la situación pueda ser evaluada a profundidad y, si es el caso, se tomen las acciones necesarias en términos de gestión profesional.

## Acoso

**El concepto de acoso en la empresa se refiere a una gama de comportamientos, prácticas y palabras inaceptables, que pueden causar daño físico o psicológico a un individuo.**

El acoso es inaceptable sin importar la razón de éste, sea o no realizado con una base discriminatoria.

## Ejemplos de comportamientos inapropiados

**Ejemplos de comportamientos inapropiados que pueden constituir acoso (principalmente acoso psicológico, pero en algunas ocasiones también físico):**

- Ofender, humillar, insultar, degradar o criticar constantemente a alguien
- Amenazar, presionar, intimidar o gritarle a alguien
- Hacer bromas inoportunas o comentarios que pueden afectar a otra persona
- Presionar de manera irracional a alguien o establecer metas imposibles de lograr
- Provocar a alguien a cometer errores
- Aislar a alguien física o socialmente del resto del equipo

- Excluir a alguien de ventajas o decisiones (elección de turnos, periodos vacacionales, ascensos, capacitaciones, etc.) o asignarle solamente el trabajo que nadie quiere hacer o que no tiene nada que ver con su función
- Retirarle a alguien las responsabilidades o tareas, o trasladarlos sin razón alguna
- Tener interacciones físicas no deseadas con alguien (palmadas en la espalda, abrazos, empujones, invasión del espacio personal, etc.)

Métodos de gestión basados en presión y miedo, a una escala mayor dentro de la empresa, por ejemplo en el contexto de una reorganización estructural o un proyecto, esto podría ser considerado como "acoso institucional".

### ***Ejemplos de comportamientos inapropiados que pueden constituir acoso sexual:***

- Tener contacto físico excesivo o inapropiado (tocar las partes íntimas de una persona...), mirar a alguien constantemente, ...
- Hacer sugerencias o invitaciones sexuales, o dar regalos que son inapropiados (ropa íntima, perfumes), no bienvenidos y no recíprocos (de manera física, verbal o por medios electrónicos)
- Realizar comentarios o preguntas no deseadas sobre el aspecto físico o atributos sexuales de una persona
- Establecer que cualquier ascenso o ventaja dependa de aceptar una invitación romántica o insinuación sexual (siempre constituye acoso)

Que un comportamiento sea percibido como acoso (que causa daños psicológicos o físicos) también depende de la sensibilidad del receptor, la cual puede variar de una persona a otra.

La gravedad de un comportamiento inaceptable puede depender de las circunstancias. Algunos comportamientos inaceptables pueden ser suficientemente graves para constituir acoso desde la primera vez que ocurre, otros tendrían que repetirse. La repetición de un comportamiento no deseado lo hace aún más perjudicial y grave.

El acoso puede afectar a cualquiera y ocurrir en cualquier situación relacionada al trabajo, incluyendo en lugares externos. Es sancionable por la ley en muchos países y se aborda en la Convención N°190 de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), adoptado en junio 2019 y en vigor a comienzos de junio 2021.

## ***Valores y Principios***

**El Grupo Michelin está comprometido a garantizar un ambiente laboral amistoso, seguro y protegido donde todos los empleados puedan desarrollarse sin limitaciones ni miedo. La empresa es consciente de que el acoso afecta la dignidad de una persona, puede tener efectos severos en la salud psicológica y física de una persona y puede generar un ambiente laboral hostil.**

**Por lo tanto, el Grupo no tolera ninguna forma de acoso hacia una persona**, ya sea sexual o psicológico, en el lugar de trabajo o con alguna conexión a los negocios de Michelin, incluyendo cuando proviene de un involucrado externo (candidatos, proveedores, clientes, socios, distribuidores, visitantes). Acosar a alguien cuando se tiene una posición de autoridad sobre la otra persona constituye una circunstancia agravante.

Michelin hace que su política de cero tolerancia al acoso - sin importar del puesto del acosador en la empresa - sea claramente visible. Pone en marcha canales y procedimientos de quejas accesibles, justos y



confidenciales para sus empleados e interesados, y alienta a cualquier persona víctima o testigo de acoso a reportarlo. Promueve un ambiente en donde las personas se sientan seguras para expresar sus inquietudes, y se compromete a proteger de represalias a todo aquel que reporte en buena fe un caso.

El Grupo se compromete a abordar todos los casos de manera seria, con confidencialidad, de manera oportuna e imparcial, tomando las medidas para prevenir cualquier conflicto de interés durante la investigación. Sanciona cualquier forma comprobada de acoso y pone en marcha acciones para remediar situaciones incómodas aun si el acoso no ha sucedido.

Michelin toma medidas de prevención y detección en todas las regiones, capacita a gerentes y personal de recursos humanos para promover actitudes ejemplares de acuerdo con el modelo ICARE y para conducir diálogo abierto en los equipos sobre comportamientos inapropiados o no deseados durante el trabajo. Las capacitaciones también tienen el objetivo de identificar comportamientos incorrectos y garantizar que las acusaciones de acoso sean tratadas de manera seria.

Michelin también cuida que los proyectos de transformación no resulten en ninguna forma de acoso institucional e involucra a los empleados en el diseño de las medidas de prevención asociadas.

Las personas que han sufrido acoso son reconocidas como víctimas, como se define en el Código de Ética, y se les dará acompañamiento profesional y personal para su recuperación.

Michelin reporta de manera transparente el número de denuncias de acoso y las acciones que se tomaron o las sanciones establecidas de manera anual, cuidando preservar siempre la confidencialidad del proceso para los involucrados.

## **Qué hacer**

### **Todos los empleados:**

- Tener una actitud respetuosa, usar un lenguaje respetuoso con todas las personas con las que interactúo en el trabajo, incluso a través de contacto electrónico (correo, video, etc.).
- Prestar atención al bienestar de otros compañeros y detectar posible incomodidad frente a un comportamiento inapropiado.
- Reportar cualquier situación que pueda constituir acoso, ya sea la víctima o un testigo, a mi gerente o cualquier gerente, el Departamento de Recursos Humanos, el Departamento Legal, el Oficial Médico de la empresa o el Corresponsal de Ética de la Región, y a través de la [Línea Ética](#).

### **Gerentes**

- Crear y mantener un ambiente de respeto por las personas que promueva el diálogo y la manifestación de todos los problemas.
- Estar atento a la forma en la que los miembros del equipo reaccionan al estilo de gestión y tomar sus comentarios a consideración.
- Informar a los empleados todas las maneras posibles para reportar inquietudes en caso de acoso y acompañarlos en sus esfuerzos.
- Alentar a los empleados a reportar casos cuando sean víctimas o testigos.
- Abordar de manera seria cualquier denuncia de acoso potencial, sin importar el nivel de autoridad de la persona involucrada.

### **Secretarios Generales (Principales Oficiales Administrativos)/Directores Generales de las entidades**

- Generar conciencia entre los gerentes de los comportamientos y comentarios que pueden generar acoso para reconocer y prevenirlos, y para conocer los pasos a tomar en caso de una observación o queja.
- Toma en cuenta los problemas de conflicto de interés mientras se evalúan e investigan casos y garantizar que las investigaciones no se lleven a cabo por personas cuya imparcialidad puede ponerse en duda.
- Abordar las denuncias de acoso de manera confidencial y con respeto a la presunción de inocencia.
- Sancionar el acoso comprobado, en cumplimiento con las leyes y regulaciones aplicables.

### **Qué no hacer**

#### **Todos los empleados:**

- Hacer comentarios o gestos que, aunque parezcan inofensivos o humorísticos, tengan el efecto de menospreciar, dañar o molestar a una persona, o descartar o rebajar la opinión de una persona.
- Insistir en seducir a una persona de manera romántica o sexual cuando esa persona no muestra ningún interés, o rechaza dichas insinuaciones.

#### **Gerentes**

- Ignorar o minimizar las denuncias de acoso moral, sexual o institucional.
- Obligar a los empleados a alcanzar metas a cualquier costo cuando las circunstancias las imposibilitan.
- Conducir una investigación si no ha sido capacitado para investigar o si su cercanía con los actores involucrados puede generar dudas sobre su neutralidad.

### **Caso práctico 1**

*Te das cuenta que dentro de tu equipo uno de tus compañeros siempre es ignorado por otro compañero, nunca saluda a esta persona, no la invita a participar en las reuniones del equipo y regularmente hace comentarios despectivos acerca de su apariencia física.*

Intentas establecer un diálogo con él y con el compañero acerca de lo que consideras una práctica no apropiada.

Alientas a la persona a hablar con su gerente o PDP y a hacer el reporte en la [Línea Ética](#).

También puedes informar al gerente de tus observaciones.

### **Caso práctico 2**

*Tu gerente de línea es muy demandante. El gerente reprime públicamente a los miembros del equipo cuando alguna tarea no se ha realizado de la manera que él/ella lo espera y puede humillar a la persona en medio de una reunión, creando un ambiente de terror y afectando la motivación del equipo completo. Nadie se atreve a hacer comentarios al gerente porque tiene un puesto muy alto y todos tienen miedo de las consecuencias que puedan tener.*

Puedes ir y hablar al gerente de manera privada o con otros compañeros y decirle que su comportamiento es desmotivador y estresante, y que daña al equipo.

Si el gerente no responde, puedes elaborar un reporte en la [Línea Ética](#). Al mismo tiempo, puedes hablar con tu Asociación de Desarrollo de Proximidad (PDP).

El hecho de que la persona ocupe un puesto jerárquico alto en la compañía no les da ninguna protección especial. Además, la política de la compañía lo protege de cualquier represalia.

### **Caso práctico 3**

*Trabajas en la fuerza de ventas y un cliente te ha dejado claro que quiere salir contigo a una cita fuera del lugar de trabajo, invitándote varias veces a tomar algo o a comer. Después de que rechazas sus invitaciones, el cliente dice que dejarán de comprar llantas Michelin o comprarlas en menor cantidad si no respondes afirmativamente a estas solicitudes.*

Debes hablar con tu gerente y reportar el asunto en la [Línea Ética](#).

Además de eso, también puedes reportar el caso a tu Asociación de Desarrollo de Proximidad (PDP).

### **Caso práctico 4**

*Uno de tus compañeros sigue dándole palmadas en la espalda a los demás. El compañero parece considerar esto como un gesto amistoso. Pero ves que este comportamiento ofende a algunas personas y no se atreven a decir nada.*

Le explicas a este compañero que esta acción no es aceptada por todos y que puede lastimarlos. Puedes pedirle a tu compañero que lo deje de hacer.

### **Caso práctico 5**

*Durante una dinámica en equipo, un orador externo se ha comportado de manera inapropiada contigo, dándote cumplidos llamativos, siguiéndote durante todas las actividades y proponiendo irse a tomar algo contigo. Esto te hizo sentir muy incómodo e interfirió con las actividades. Puedes:*

Ser asertivo con el facilitador y decirle que detenga el comportamiento inapropiado. Puedes hacer esto de forma personal y privada o con un compañero, para que te sientas apoyado.

Reportarlo en la [Línea Ética](#). Además de hacer eso, puedes hablar con tu gerente o con tu Asociación de Desarrollo de Proximidad (PDP)

Es esencial que detengas cualquier comportamiento inaceptable antes de que pueda empeorar, y prevenir que pase con otros.

## **Salud y Seguridad**

La salud y seguridad de las personas es asunto de todos y tiene prioridad sobre cualquier otra actividad.

## Intenciones

- Hacer todo esfuerzo posible para garantizar y defender la salud y seguridad de los empleados, proveedores externos de servicios y visitantes.
- Gestionar el impacto sanitario de todos los productos y actividades en los residentes locales, clientes y público en general.
- Crear las condiciones de trabajo para preservar la salud mental y física, promover un equilibrio entre trabajo-vida y bienestar general de las personas, fomentar sus capacidades para el trabajo y hacer estaciones de trabajo accesibles a tantas personas como sea posible.

## Principios Rectores

- La seguridad y salud de las personas tiene prioridad sobre cualquier otra actividad.
- Cada persona tiene el deber de respetar las reglas y poner fin a cualquier situación de riesgo. Cada persona tiene el derecho de no llevar a cabo una actividad si no han sido capacitados y validados para realizar la actividad de manera segura. Un empleado trabajando en sitios fuera del Grupo, *por ejemplo en el sitio de un cliente*, tiene el derecho y deber de rechazar llevar a cabo operaciones que, en el juicio de buena fe del empleado, no son seguros.
- Las opiniones de los empleados y sus representantes son considerados cuando se definen planes de acción para mejorar las condiciones de trabajo.
- Entre las prescripciones del Grupo y las regulaciones locales, la empresa decide respetar los estándares más proteccionistas.
- La compañía implementa los medios y condiciones para preservar sustentablemente la aptitud por el trabajo, reducir el desgaste físico de las actividades, preservar la salud física, mental y social, y asegurar la seguridad y bienestar de todos.

## Responsabilidades

Salud, seguridad y calidad de vida en el trabajo están sujetas a responsabilidad en todos los niveles de la Compañía:

- **Empleados y sus representantes**

Son responsables de su propia salud y seguridad. Son supervisores de la salud y seguridad de sus compañeros y son una fuente de ideas para mejorar la prevención y calidad de vida en el trabajo.

- **Equipos**

Tienen un papel colectivo en la integración de nuevos trabajadores y advirtiéndolos de los riesgos.

- **Gerentes**

Son responsables de la salud y seguridad de sus equipos. Dirigen el desarrollo y despliegue de la mejora de los planes que involucran salud, seguridad y calidad de vida en el trabajo. Demuestran liderazgo ejemplar e inspirador en la aplicación de estas disposiciones.

## Garantes

- **Gerentes de Entorno y Prevención (EP)**

Definen y garantizan, cuando se requiere, la aplicación del Sistema de Gestión EP (SMEP), permitiendo la sustentabilidad del desempeño y su progreso. Son responsables de evaluar riesgos físicos y químicos, y garantizar el despliegue correcto de programas de prevención apropiados. Son responsables de impulsar el progreso en el campo de salud y seguridad y decidir conforme a los riesgos asociados con los cambios a nuevos químicos, nuevas instalaciones y nuevas condiciones de trabajo.

- **Gerentes SP (Departamento de Recursos Humanos)**

Garantizan la protección, por parte del gerente, de una persona bajo riesgo, y el despliegue de la política de salud y seguridad, y el comportamiento esperado. Son responsables de monitorear las acciones relacionadas con la calidad de vida en el trabajo y la prevención de riesgos psicosociales.

- **Personal de salud**

Son responsables del cuidado, monitoreo médico, bienestar médico, asesoramiento de salud/seguridad/calidad de vida en el trabajo/riesgos psicosociales a los empleados y el empleador. Son una fuente de propuestas en términos de prevención y tienen el deber de emitir advertencias frente a situaciones que consideren inaceptables.

## Qué hacer

- Usar el Equipo de Protección Personal requerido para mi puesto y sitio de trabajo como se describe en las instrucciones de seguridad.
- Revisar las protecciones de seguridad de mi estación.
- Mantenerme alerta para garantizar mi propia seguridad y la de los otros.
- Alzar la voz ante cualquier situación de riesgo. Garantizar el cumplimiento de las reglas de salud y seguridad a través del ejemplo.
- Preservar mi bienestar y el de los demás. Usar la Línea Ética si es necesario.
- Contribuir a respetar y mejorar el entorno laboral y las instalaciones de la empresa (incluyendo orden y limpieza).
- Observar las reglas de movilidad dentro y alrededor de nuestras facilidades.
- Ser proactivo en la mejora de calidad de vida en el trabajo.

## Qué no hacer

- Llevar a cabo una operación/tarea sin tener la capacitación adecuada (Post certificado, etc.).
- Deshabilitar una protección de seguridad para mi puesto, excepto durante una operación planeada y controlada.
- Desempeñar mi trabajo bajo la influencia de sustancias psicotrópicas (alcohol, drogas, tranquilizantes).

## Trabajo Infantil

En Michelin, nos oponemos a cualquier forma de trabajo infantil que pueda afectar la salud, educación o integridad de los niños y que no esté en línea con las convenciones de la OIT.

Queremos proteger a los niños, apoyar su desarrollo físico y psicológico y prohibir en nuestras actividades y en las de nuestros proveedores cualquier trabajo que pueda violentar estos principios.

### *Definición*

**El concepto de "trabajo infantil" incluye todas las actividades que privan a los niños de su niñez, afectan su educación, salud, y desarrollo físico y mental.** Se refiere al trabajo:

- perjudicial para el desarrollo de salud o físico, social o mental de los niños;
- que compromete su educación o los priva de escolarización;
- los obliga a combinar actividades escolares y profesionales excesivamente largas que son pesadas para ellos.

**La Organización Internacional del Trabajo (OIT) establece una edad mínima para trabajar de 15 años, y 18 años para cualquier tipo de trabajo peligroso.**

En cualquier caso, ningún trabajo debe impedir que un niño asista a la escuela, o afecte su salud y desarrollo. Bajo esta condición, la OIT considera aceptable ciertos trabajos ligeros para niños a partir de 13 años. Finalmente, un niño no debería de dejar de asistir a la escuela antes de la edad obligatoria en un país determinado.

### *Principios Rectores*

#### **Requisitos para personas trabajando en sitios Michelin**

- Ningún trabajo se puede desempeñar por un menor de 18 años en los sitios del Grupo
- Se pueden hacer excepciones entre 15 y 18 años si el periodo del trabajo es parte de una práctica profesional, no sustituye la educación ni afecta el desarrollo y salud de una persona (no es trabajo pesado).

#### **Principios rectores de Michelin para los proveedores**

- Los Principios de Compras, que son anexados a los contratos, requieren que los proveedores respeten las siguientes reglas: prohibición de contratación de personas menores de 18 años de edad para realizar trabajos peligrosos, y la prohibición de trabajadores de 15 años de edad en general. Excepciones son posibles dependiendo de la naturaleza de la actividad que se lleve a cabo, a condición de que las prácticas cumplan con las Convenciones 138 y 182 de la OIT y ley nacional, y en particular que el trabajo no sustituya la escuela y no afecte el desarrollo y salud de la persona.
- El Grupo tiene un enfoque específico con respecto al hule natural para rastrear el riesgo de trabajo infantil en su cadena de suministros y ha implementado acciones y monitoreo en las áreas con mayor riesgo.
- El Grupo también evalúa los riesgos relacionados con derechos humanos - incluyendo trabajo infantil - dentro de los proveedores, particularmente en los países y categorías de compras de mayor riesgo.

Proveedores cuyas prácticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) no cumplan con los estándares de Michelin, deben de implementar planes de acción correctiva.

### Qué hacer

- Comparar las leyes nacionales con los principios y prescripciones de la compañía sobre la edad mínima para trabajar y usar la edad más alta.
- Revisar la identificación del empleado para asegurar que tiene al menos 18 años si está realizando trabajo pesado.
- Aumentar vigilancia en países donde el trabajo infantil es frecuente, incluyendo vigilancia sobre nuestros proveedores.

### Qué no hacer

- Permitir el trabajo infantil, aún si es considerado una práctica normal en el país.
- Pasar por alto el trabajo infantil cuando es efectuado por un proveedor o socio (fuera de Michelin).

### Caso práctico 1

*Eres designado como gerente de un taller en una fábrica. Te parece que algunos empleados se ven demasiado jóvenes. Después de revisar sus papeles de identidad, resulta que uno de ellos tiene 16 años y está asignado a un puesto de trabajo pesado. ¿Qué debes de hacer?*

El país donde operas permite el trabajo a partir de la edad de 16 años, pero las reglas de la empresa requieren que todo aquel trabajando en un puesto de trabajo pesado tenga al menos 18 años. Debes de estudiar la posibilidad de que este joven trabaje en otro puesto, asegurándote de antemano que las tareas a realizar no afecten su salud o su educación.

### Caso práctico 2

*Eres director regional en un país en desarrollo. Una ONG contacta a Michelin para reportar que niños están trabajando en una plantación de hule que indirectamente surte al Grupo. Después de una investigación, resulta que estos adolescentes ayudan a sus padres ocasionalmente en las plantaciones. ¿Deberías reportarlo aún así?*

**Sí.** Debes reportar el caso al departamento de compras, el cual decidirá qué acción tomar.

## Trabajo forzado



Michelin se opone a todas las formas de trabajo forzado, en nuestros sitios y en nuestra cadena de suministros.

De acuerdo a la OIT, en 2016, hubieron cerca de 25 millones de personas afectados por el trabajo forzado. En el mundo, los sectores en donde el trabajo forzado es más predominante son: minas y canteras, turismo, agricultura, agroalimentaria, construcción y manufactura de electrónicos. En Francia, puedes encontrar trabajo forzado en los sectores de construcción y mantenimiento, y en todos los sectores que requieren trabajo no especializado y subcontratación en cadena. Trabajadores desplazados y trabajadores indocumentados también pueden encontrarse en una situación de dependencia y trabajo forzado.

## Definición

Michelin rechaza el trabajo forzado como es definido de acuerdo a los principios de ley internacional ampliamente aceptados, que sucede cuando los trabajadores son obligados a rendir trabajo o servicios en contra de su voluntad, sin sueldo y/o bajo amenazas de fuerza ilegales, fraude, coerción, deuda o retención de documentos de identidad.

El trabajo forzado consiste en:

- **Tener un contrato firmado, con términos que no son comprendidos** por el empleado. Por ejemplo: un contrato que no está escrito en el idioma del empleado.
- **Aplicar coerción psicológica o física** a un empleado para realizar un trabajo. Por ejemplo: amenazar con despedir a un empleado por no realizar una operación peligrosa que no es parte de sus deberes laborales o para la cual no ha sido capacitado.
- **Restringir la autonomía** de una persona. Por ejemplo, a través de la retención de sus documentos de identidad, obligando a la persona a dormir en las instalaciones de la empresa, para que éste dependa del empleador para crear una cuenta de banco, quitándole la libertad de disponer de su tiempo libre, etc.
- **Endeudar a alguien de manera significativa** antes de que comience el trabajo, situándolo en "servidumbre por deudas". En algunas regiones, los intermediarios (agencias de contratación) cobran a los candidatos sumas particularmente elevadas de dinero (transporte, alojamiento, gastos de seguro, etc.) durante la fase de selección, reclutamiento o contratación; los empleados tardarán años para pagarle la deuda a su empleador.

## Principios Rectores

El Grupo se compromete a\*:

- Donde se utilicen contratos laborales, diseñar **contratos laborales que sean legibles y comprensibles** para todos los empleados.
- **No obligar a un empleado a trabajar bajo coacción** y respetar su autonomía.
- **Asegurar que cada empleado tenga libre acceso a sus documentos de identidad y pueda terminar su contrato laboral por iniciativa propia** de acuerdo al aviso proporcionado por las regulaciones locales o su contrato laboral.
- **Prohibir que nuestros proveedores de servicios de contratación modifiquen cualquier comisión o tarifa** a los solicitantes de empleo.
- Trabajar con las agencias de contratación y empleo temporal que respeten los Principios Generales de Contratación Justa de la OIT, y que no induzcan deuda para el empleado, para prevenir cualquier tipo de "servidumbre por deudas" o dependencia al empleador.

\* Referencias a los contratos laborales sólo aplica cuando dichos contratos son utilizados.

Michelin también se **compromete a combatir el trabajo forzado en su cadena de subcontratación**. El Grupo identifica los sectores/proveedores con mayor riesgo e implementa un enfoque para evaluar y gestionar este riesgo en su cadena de suministro.

Se le da supervisión particular a trabajadores migrantes. **Los trabajadores migrantes son una de las poblaciones más vulnerables en materia de respeto a los derechos humanos**. Por lo general, no hablan



el idioma del país, a menudo no cuentan con el apoyo de sus familiares y, por lo tanto, dependen especialmente de las agencias de contratación y de su empleador.

## **Requisitos para las personas trabajando en sitios Michelin**

*Gerentes de Recursos Humanos, Departamento Legal y Gerentes de Sitio*

### **Qué hacer**

- Donde se utilicen contratos laborales, pida que los empleados firmen contratos de trabajo que establezcan cláusulas claras (lugar de trabajo, condiciones de terminación de contrato, notificación, etc.) y que se redacten en un idioma que el empleado pueda entender.
- Asegurarse, durante el proceso de contratación a través de los servicios de Michelin, que no se le cobre ninguna tarifa por el reclutamiento al candidato (como, por ejemplo, tarifas de solicitud).
- Si la ley de un país requiere que el empleador resguarde los documentos de identidad, contrato o permiso de residencia de un empleado, se debe proporcionar una copia al empleado. También se debe garantizar que el empleado pueda retirar estos documentos en cualquier momento.
- Supervisar cualquier "señal" que pueda reflejar trabajo forzado en un empleado: horas extra excesivas, aislamiento, presión financiera, etc.
- Proporcionar a los empleados el libre acceso a la información sobre sus derechos y condiciones de trabajo.

### **Qué no hacer**

- Guardar los documentos de identidad de un empleado como garantía.
- Aceptar que los empleados trabajen horas extra de manera regular sin checar que no lo estén haciendo por presión externa, con la intención de pagar deudas o "costos de contratación".
- Amenazar de cualquier manera a un empleado para que siga trabajando en el Grupo en contra de su voluntad.

## **Requisitos para los Gerentes de Compras de la Región y del Grupo**

### **Qué hacer**

- Incluir los Principios de Compras en todos los contratos.
- Revisar que las prácticas de las agencias de contratación y empleo temporal con las que el Grupo trabaja en sus sitios, particularmente en países con alto riesgo y en el caso específico de trabajadores migrantes, cumplan con las regulaciones y sean justas (sin costo para los empleados contratados, sin cuentas bancarias a través de una agencia, etc.).
- Identificar los países y las categorías de compras con mayor riesgo en materia de trabajo forzado para mejorar el mapeo de riesgo de RSC de proveedores y dirigirlos para recibir valoraciones documentales.
- Proponer un plan de acción apropiado para los proveedores o sectores de compras con mayor riesgo.
- Poner a disposición la [Línea Ética](#) a los proveedores y sus empleados. Publicar el procedimiento de alerta por medio del sitio de internet de compras.

- Identificar, para los proveedores de hule natural, las áreas potencialmente expuestas al trabajo forzado. Implementar planes de acción para erradicarlas.
- Estar atento a la situación de los empleados de los subcontratistas del Grupo cuando están en una asignación en un sitio del Grupo.

### **Caso práctico**

*Eres responsable del departamento de recursos humanos en un país. Algunos trabajadores, originarios de un país vecino, te informa que una agencia de contratación se ha quedado con sus documentos de identidad como una "garantía financiera" del contrato. ¿Qué debes de hacer?*

**Es una práctica de trabajo forzado.** Debes contactar a la agencia. Busca encontrar soluciones para que la "deuda" del empleado se elimine. Debes evaluar la capacidad de que la agencia cambie sus prácticas. Si no lo hacen, debes llamar a otro proveedor que sea más respetuoso de los derechos humanos. Debes asegurarte que los trabajadores recuperen sus documentos. En el futuro, se tiene que tener más cuidado con la selección de los socios.

## **Seguridad - Protección de activos**



Los "activos" de Michelin incluyen tanto personas como bienes tangibles, así como el conocimiento y especialización. La protección de estos activos es esencial para el futuro del Grupo.

La seguridad y protección son responsabilidad de todos.

### **Principios Rectores**

Cada empleado es responsable dentro del marco de sus deberes del uso apropiado y protección de bienes tangibles e intangibles, así como los recursos del Grupo.

**Estos incluyen, por ejemplo, instalaciones industriales, equipos, recursos financieros y secretos comerciales, patentes y marcas registradas del Grupo.**

- Los activos y recursos deben ser utilizados de acuerdo con las necesidades del Grupo y dentro del marco establecido por diversas entidades.
- Los activos físicos y documentos son calificados de acuerdo a su importancia (Nivel 1 - Máximo, Nivel 2 - Severo, Nivel 3 - Bajo).
- **Información D1 y D2 debe ser compartida solamente con personas que "necesiten saber".**
- Los gerentes deben demostrar conducta ejemplar.
- Es esencial conocer las políticas y requisitos de seguridad para salvaguardar los activos del Grupo.

### **Medidas de seguridad**

- Las computadoras portátiles deben ser aseguradas físicamente por medio de cerraduras de cable e internamente por medio de Windows + L o CTR/ALT/DEL.
- Los empleados deben clasificar los activos de acuerdo a su importancia en materia de Confidencialidad, Integridad y Disponibilidad.

- Los empleados deben codificar información sensible (D1 & D2) y desechar los activos físicos e información electrónica de manera segura.
- Los sitios de Michelin utilizan sistemas de seguridad para construir un ambiente seguro y protegido:
  - La verificación de acceso al sitio para personas autorizadas por medio de control de acceso electrónico;
  - El uso de cámaras (donde sea autorizado) para identificar e investigar incidentes;
  - La protección de zonas clasificadas por medio de alarmas.

### Qué hacer

- Bloquear mi computadora portátil.
- Usar mi credencial todo el día.
- Realizar reservaciones de viaje por medio de una agencia de viajes aprobada por el Grupo.
- Seguir todos los procedimientos de seguridad del sitio.
- Garantizar la confidencialidad de la información de Michelin, y apearse a los compromisos de confidencialidad pertinentes para la información de terceros.
- Se debe tener en mente que todos los activos y documentos del Grupo pertenecen a Michelin.

### Qué no hacer

- Dejar documentos confidenciales sin supervisión.
- Autorizar a una persona a acceder a sitios y áreas protegidas con mi credencial.
- Dejar mi computadora portátil sin supervisión (por ejemplo, en mi puesto, en mi hotel, en mi automóvil, etc.).
- Ignorar las reglas por aras de la conveniencia.
- Publicar información sensible o confidencial (fotos de instalaciones, procedimientos) en redes sociales.
- Utilizar los recursos del Grupo para propósitos privados, excepto cuando ese uso haya sido autorizado por una política de mi región o país.

## Haciendo negocios

Cada empleado de Michelin, sin importar en qué país trabajen, deben de cumplir de manera individual con **estos principios y prescripciones éticas en los negocios**.

El incumplimiento puede hacerte sujeto a responsabilidad y sanciones disciplinarias así como demandas civiles o proceso penal.

Además, la violación de estas prescripciones puedes ser objeto de una alerta, de acuerdo con el procedimiento de alertas y los vínculos referidos [aquí](#).

## Regalos e Invitaciones

"Donde sea que esté ubicado, estamos determinados a actuar como una empresa responsable y honesta, respetuosa hacia la humanidad y la ley..."

El Estatuto de Desempeño y Responsabilidad de Michelin (2002), Implementar nuestros valores, ejercer nuestras responsabilidades (Charte Performance et Responsabilité Michelin (2002), Pratiquer nos valeurs, exercer nos responsabilités)

El Grupo no tolera ningún tipo de corrupción, sea pública o privada, activa o pasiva, directa o indirecta. El Grupo está comprometido a dirigir su empresa de manera honesta, a no influenciar de forma incorrecta a un socio de negocio, funcionario o a cualquier persona natural o legal.

En las relaciones comerciales, el intercambio de regalos o la hospitalidad puede afectar el juicio independiente de los empleados al tratar con socios externos. De igual manera, el Grupo se ha comprometido a no aceptar ninguna muestra de hospitalidad o invitación que pueda dañar su reputación.

### Definiciones

**Regalos irracionales e invitaciones pueden constituir sobornos.**

Las políticas del Grupo aplican a regalos e invitaciones:

- Dado o recibido;
- Directamente por un empleado o indirectamente por un tercero en representación del Grupo;
- Directamente a un empleado del Grupo o indirectamente a un miembro de su familia.

**Un representante externo** es una persona natural o legal que actúa en nombre del Grupo. Por ejemplo: miembros de grupos de presión, abogados, representantes de ventas, o intermediarios. Todas las acciones y decisiones inapropiadas de parte de estos terceros pueden ser atribuidas al Grupo. Su comportamiento debe seguir de cerca el cumplimiento de este Código y cualquiera de las políticas que aplican a sus actividades.

### Principios Rectores

**Cualquier empleado o tercero en representación del Grupo tiene prohibido aceptar un regalo, invitación u otra ventaja que pueda afectar su juicio, imparcialidad o independencia e conducirlos a no actuar en los mejores intereses del Grupo.**

Cada empleado o tercero en representación del Grupo desde adherirse a la política del Grupo en relación a Regalos e Invitaciones, así como a cualquier política aplicable de alguna región.

### Recibir un regalo o invitación

Empleados del Grupo Michelin y los miembros de sus familias, y los terceros en representación de Michelin deben, tanto como sea posible, rechazar regalos e invitaciones de un proveedor, cliente o tercero.

Un regalo o invitación puede aceptarse si sigue los criterios diferentes:

- Cumple con este Código y la(s) política(s) de regalo que apliquen;
- De valor moderado;
- Ocasional;
- Tiene un propósito comercial legítimo;
- Autorizado por una política específica o validado por un gerente y registrado en el Registro de Regalos\* que aplique.

En caso de tener alguna duda, se recomienda rechazarlo amablemente.

### **Ofrecer un regalo o invitación**

Regalos y hospitalidad que puedan influenciar de manera inapropiada el juicio profesional del destinatario están prohibidos.

Se puede ofrecer si reúne los siguientes criterios:

- Cumple con este Código y la(s) política(s) de regalo que apliquen;
- De valor moderado;
- Ocasional;
- Tiene un propósito comercial legítimo;
- Autorizado por una política específica o validado por un gerente y registrado en el Registro de Regalos\* que aplique.

En caso de tener alguna duda, se recomienda no ofrecer regalos.

*\* Cada Región debe de mantener un Registro de Regalos. Los regalos, ofrecidos o recibidos, que no estén autorizados por una política específica pero que se consideren aceptables por la gerencia de Michelin, son registrados en esta bitácora. En ésta se debe de mencionar: la naturaleza, valor y motivación del regalo, así como la decisión que se tomó al respecto (rechazo, aceptación y donación posterior, o compartido entre el departamento, etc.)*

### **Qué hacer**

- Conocer y cumplir con la política de Regalos e Invitaciones que aplique en las actividades profesionales.
- Explicar a los socios de negocio la política de Regalos e Invitaciones aplicable, para evitar cualquier malentendido.
- Alzar la voz con mi gerente y el Departamento Legal si se tiene alguna duda.

### **Qué no hacer**

- Aceptar regalos e invitaciones que puedan influenciar comportamientos en la práctica de mis actividades profesionales.
- Dar o recibir regalos o invitaciones de un valor exorbitante.
- Dar o recibir regalos o invitaciones sin informar al gerente.

## Caso práctico 1

*La política de regalos de tu Región permite aceptar regalos promocionales valorados en menos de cierta cantidad. Un proveedor te ofrece, como comprador, una hermosa licorera de cristal personalizada con el logo de la empresa, con un valor que puede exceder la cantidad autorizada por la política de regalos. No quieres ofender al proveedor, ¿puedes aceptar este regalo?*

**Sí.** Puedes aceptar este regalo si se utiliza para propósitos profesionales. Debes registrarlo en el Registro de Regalos si el valor de éste excede la cantidad autorizada en la política de Regalos e Invitaciones aplicable.

## Caso práctico 2

*Eres el Principal Gerente de Cuenta de X, un cliente grande. Durante los últimos seis meses, su relación comercial se ha deteriorado. El gerente de compras de tu cliente te ha mencionado esto. Quieres invitarlo a comer en un restaurante de 2 estrellas Michelin como un intento de mantener la cuenta. ¿Se permite esta práctica?*

Debes consultar la política de regalos e invitaciones vigentes en tu país y discutirla con tu gerente. Mientras que comidas ocasionales con un valor razonable son toleradas, una cena en un restaurante de estrellas Michelin puede ser considerado de valor desproporcional. En caso de duda, consultar con el Departamento Legal.

## Comercio internacional y control de la exportación



El Grupo está sujeto a múltiples regulaciones comerciales, y debe asegurar el cumplimiento con todas las regulaciones para todos los flujos de bienes, sean tangibles o intangibles.

### Contexto

El Grupo es sujeto a múltiples regulaciones:

- **Regulaciones aduanales** que rigen la importación y exportación de todos los bienes, sin importar su naturaleza, origen, valor, uso o modo de transporte.
- **Regulaciones de control de exportación** que restringen transacciones con ciertos países de productos, tecnologías, software o servicios. Se debe de prestar atención especial al uso dual de tecnologías y productos utilizados tanto por civiles como militares.

El incumplimiento de estas regulaciones puede tener consecuencias graves para el Grupo: detener ciertos flujos, penalidades financieras, dañar su imagen, y en algunos casos contraer responsabilidad penal para aquellos que llevaron a cabo estas ofensas.

## Valores y Principios Rectores

### Valores

El Grupo debe ser garante de cumplimiento con todas las regulaciones para todos los flujos de bienes tangibles e intangibles.

**En algunos casos, Michelin puede adoptar una política más demandante para reducir los riesgos en su cadena de suministro y facilitar el desarrollo de sus actividades.**

Por ejemplo: la certificación aduanal de Europa AEO (Operador Económico Autorizado) y C.TPAT (Acuerdo de Colaboración Aduanal Contra el Terrorismo), su equivalente en Estados Unidos, permiten que el Grupo se beneficie de procedimientos de despacho aduanal más simples y seguros.

### **Principios Rectores**

**La función de Aduana y Control de Exportación define políticas que aseguran el cumplimiento con todas estas regulaciones.**

Depende de su red regional y local para implementar estas políticas en diversos procesos del Grupo.

**Cada empleado juega un papel en asegurar que sus actividades cumplan con estas regulaciones.**

### **Qué hacer**

- Involucrar sistemáticamente a los equipos de Aduana y Control de Exportación al establecer un nuevo sitio comercial o industrial, un nuevo flujo internacional o cualquier operación que no sea parte de los procesos estándar del Grupo.
- Cumplir con capacitación interna de Control de Exportación, para poder identificar mejor las áreas de riesgo y tener las reacciones adecuadas.
- Garantizar que las cláusulas estándar de control de exportación sea incluidas en los documentos contractuales con los clientes.
- Apegarse a los estándares del Grupo y, si es necesario, contactar a los equipos de Aduanas y Control de Exportación en caso de tener dudas o preguntas de parte de un proveedor, institución bancaria o cualquier otro socio involucrado en trámites aduanales y controles de exportación.

### **Qué no hacer**

- Usar mi equipaje personal para transportar equipo profesional de un país a otro sin consultar primero con los equipos de Aduanas y Control de Exportación.
- Darle poder notarial a un bróker aduanal (para establecer una declaración aduanal de exportación e importación).
- Pagarle a un bróker aduanal, transportista, o cualquier otro socio para apresurar el cruce de frontera o despacho aduanal.
- Iniciar o participar en una transacción a un país prohibido por la política del Grupo.
- Asumir que no necesito preocuparme por el control de exportación ya que bienes militares no son parte del alcance de mi función.

### **Caso práctico 1**

*Para evitar pagar impuestos aduanales, un cliente te explica por teléfono que es suficiente agregar una nota a mano en la factura indicando el origen del producto. Te dicen que todos tus competidores lo están haciendo. ¿Qué haces?*

Debes contactar al equipo de Aduanas. Cualquier solicitud que tenga la intención de reducir impuestos aduanales (agregar una nota a una factura, reducir el valor, incluir envíos gratuitos, modificación a la descripción de un producto, de su país de origen o clasificación aduanal, etc.) debe ser validada con el equipo de Aduanas.

## Caso práctico 2

*Estás en contacto con un cliente potencial ubicado en un país en donde las ventas están prohibidas por la política del Grupo. Te ofrecen que un tercero de otro país se haga cargo para evadir la prohibición. ¿Qué debes de hacer?*

Debes contactar al equipo de Aduanas y Control de Exportación. Aún en el caso de un flujo indirecto, puedes verte afectado por control de exportación.

## Competencia leal



*"Estamos a favor de competencia comercial leal de parte de todos los jugadores, dentro del marco de la ley de competencia."*

Estatuto de Desempeño y Responsabilidad de Michelin (2002), Implementar nuestros valores, ejercer nuestras responsabilidades (Charte Performance et Responsabilité Michelin (2002), Pratiquer nos valeurs, exercer nos responsabilités)

### Definición

**El principio de competencia leal** gobierna el comportamiento de la empresa respecto a su entorno (clientes, proveedores y competidores).

La competencia leal contribuye al cumplimiento de intereses colectivos: promover mejores precios y servicios para los clientes, y fomentando innovación.

La competencia leal es un principio reconocido en muchos países. Las autoridades garantizan que sea respetado mediante un sistema regulatorio y legislativo.

**Competencia desleal** puede exponer al Grupo o sus empleados a penalidades graves: multas altas, demandas por compensación, daños a la reputación, o incluso sentencias penales. Estas sanciones se están propagando internacionalmente y se vuelven más severas.

### Principios Rectores

El Grupo promueve el respeto a sus empleados, clientes y, en general, su entorno. La competencia leal es una de las aplicaciones prácticas de estos principios.

Para garantizar que un empleado se apegue a las reglas de competencia, Michelin ha implementado un programa de cumplimiento. Este sistema incluye principios y planes de acción que incluyen capacitación común para la mayoría de la población expuesta (ventas y mercadotecnia). Estos empleados están sujetos a monitoreo permanente, en particular de parte del Departamento Legal.



### El Grupo asegura la efectividad del principio de competencia leal al excluir:

- Todos los acuerdos, discusiones e intercambios de información con nuestros competidores sobre información comercial sensible;
- Cualquier condición abusiva con respecto a sus clientes y proveedores;
- Todas las acciones que puedan distorsionar el libre juego de la competencia;

**El respeto a la competencia leal es responsabilidad de todos.** Cada empleado ser ejemplar en sus interacciones con interlocutores externos.

### Qué hacer

- Adoptar comportamiento respetuosos y leales hacia nuestros clientes y proveedores.
- Excluir todo contacto con nuestros competidores (aparte de discusiones dentro de un marco estructurado como asociaciones profesionales y proyectos de adquisición).
- Respeto a las obligaciones confidenciales.
- Adoptar comportamientos hacia nuestros clientes que sean adaptados a la posición del Grupo en el mercado (un precio alto en el mercado conlleva un impacto mayor en la responsabilidad de Michelin).
- Excluir cualquier medida punitiva (sanción o boicot) en caso de negociaciones comerciales no satisfactorias.

### Qué no hacer

- Establecer precios o intercambio información sensible con sus competidores.
- Compartir mercados (productos, servicios y territorio) con sus competidores.
- Imponer precios de reventa a los clientes.
- Participar en manipulación de licitaciones.
- Facilitar un acuerdo o discusión de precios entre clientes (por ejemplo, distribuidores).

### Caso práctico 1

*Un cliente distribuidor (A) quiere discutir el nivel de precio en el mercado de unas llantas de coche de pasajeros. A se queda de la agresiva política de fijación de precios de un competidor distribuidor (B) que también es cliente de Michelin. A te pide intervenir con B para que eleve sus precios, para asegurar mayores ganancias. ¿Es aceptable este tipo de propuesta?*

**No.** Si aceptas la propuesta (pedirle a B que incremente sus precios), el Grupo estaría incumpliendo porque sería considerado "facilitador" de un acuerdo de cártel (fijar de manera conjunta el valor de venta). Entonces, debes de explicarle al distribuidor que no puedes interferir en la política de fijación de precios de los clientes, que son libres de establecer sus propios costos.

### Caso práctico 2

*Debes representar a Michelin en una asociación profesional y participar en reuniones sobre temas de interés general para la industria. Estas reuniones son supervisadas, y nunca compartes temas comerciales sensibles*

(precio, volumen, costos, etc.). Un miembro de la asociación de una empresa competidora te invita por un trago con otros miembros/competidores. Quiere conocerte mejor porque hacen el mismo trabajo y tienen intereses comunes. ¿Deberías aceptar?

**No.** Debes rechazar la propuesta para prevenir cualquier diálogo, aunque informal, con competidores. Si la conversación termina en un acuerdo comercial, la simple participación en este tipo de reunión puede llevarte a una sanción (incluyendo multas) de parte de las autoridades.

## Prevenir conflictos de interés



"Queremos prevenir conflictos potenciales entre las responsabilidades de los empleados en su vida dentro y fuera de la Compañía. Por lo tanto, esperamos que nuestros empleados eviten actividades personales financieras, comerciales o de otro tipo que puedan ser contrarias a los intereses legítimos del Grupo Michelin o que pudieran dar lugar a percepciones ambiguas, dadas sus responsabilidades dentro de la Compañía".

El Estatuto de Desempeño y Responsabilidad de Michelin (2002), Implementando nuestros valores, ejerciendo nuestras responsabilidades. (Charte Performance et Responsabilité Michelin (2002), Pratiquer nos valeurs, exercer nos responsabilités)

### Definición

**Un conflicto de interés existe cuando los intereses personales de un empleado entran en conflicto con los intereses de su empleador.**

**Los intereses personal** pueden ser caritativos, financieros, políticos, religiosos, atléticos, a través de asociaciones, o resultado de lazos familiares, sentimentales o amistosos.

No hay una definición legal de conflicto de interés en todos los países, sin embargo estos comportamientos son sancionados criminalmente de manera frecuente.

Un **conflicto de interés** pueden ser **actuales, potenciales, o aparentes**:

- **Conflicto de interés actual:** una situación en donde un empleado tiene un interés personal que entra en conflicto con los intereses de Michelin y que influyen la manera en la que el empleado conduce sus deberes laborales.
- **Conflicto de interés potencial:** una situación en donde el interés personal de un empleado entra en conflicto con los intereses de Michelin; el empleado debe de vigilar que un conflicto potencial no se convierta en un conflicto actual.
- **Conflicto de interés aparente:** una situación en donde el interés personal de un empleado puede percibirse como un conflicto de interés.

### Principios Rectores

**Cada empleado debe informar a su gerente y/o su departamento de recursos humanos de cualquier situación de conflicto de interés (real, aparente o potencial) para garantizar que la situación sea manejada de acuerdo a la política del Grupo.**

Cada empleado debe ser particularmente cuidado en caso de tener una relación personal (amigos, familia,...) con una persona trabajando para la competencia, un proveedor o un cliente del Grupo. Esta relación no es ilegal, pero no debe actuar en contra de los intereses de Michelin.

Cualquier situación que pueda generar duda razonable sobre la imparcialidad, lealtad al Grupo y la ética de un empleado, aunque fuese incorrecta, expone al empleado a un riesgo de conflicto de interés.

### **Qué hacer**

- Buscar el consejo de mi gerente si mi situación personal (o la de los miembros de mi familia) puede presentar un conflicto de interés a favor o en contra de los intereses de Michelin.
- Prevenir darle preferencia a amistades o relaciones en mis decisiones y actividades profesionales.
- Garantizar que mis decisiones sean siempre justas e imparciales, y en el mejor interés del Grupo.

### **Qué no hacer**

- Retener o comprar bienes tangibles o intangibles para venderlos o rentarlos a Michelin.
- Tomar una decisión basada en intereses financieros personales, de cualquier forma, en una empresa comercial controlada por la competencia, proveedores o clientes de Michelin.
- Presionar para que mi conyugue, alguno de mis padres o alguno de mis hijos sea contratado por la competencia, proveedores o clientes del Grupo.

### **Caso práctico 1**

*Sabes que tu empresa industrial lanzará pronto una convocatoria de licitación para seleccionar una empresa de limpieza. Tu hija dirige un negocio local muy conocido y exitoso en este campo. ¿Qué actitud debe de adoptar hacia tu familia y dentro del Grupo?*

Debes prevenir cualquier comentario de esta convocatoria de licitación a tus familiares. También debes informar y discutir con tu gerente sobre la existencia de este vínculo que puede considerarse un conflicto de interés.

Bajo ninguna circunstancia debes de involucrarte en la selección de proveedores en la convocatoria de licitación, o su implementación.

Debes de tener cuidado porque sabes que incluso mencionar de manera casual la actividad de tu hija a un compañero involucrado en la licitación puede ser interpretado como conflicto de interés.

### **Caso práctico 2**

*Tu hijo, buscando un empleo, acaba de solicitar trabajo en una empresa que es una de tus principales clientes. Durante una discusión con el cliente, éste menciona en repetidas ocasiones la solicitud de tu hijo. ¿Qué debe de hacer?*

Debes de informarle a su gerente de esta situación y de la relación familiar que pudiera ser interpretada como conflicto de interés al continuar la relación con este cliente.

Junto con su gerente, debes de aclarar la situación con tu cliente, para prevenir cualquier presión directa o indirecta.

## Contribuciones caritativas y políticas

Michelin no hace contribuciones políticas.

El Grupo favorece el involucramiento en esfuerzos de caridad para potenciar las comunidades y personas con las que interactúa y en las cuales puede tener un impacto.

### Definiciones

**Contribuciones caritativas** son donaciones realizadas a organizaciones sin fines de lucro, caridad o fundaciones privadas. Dichas donaciones pueden realizarse en forma de efectivo, bienes inmuebles, bienes en especie, valores u otro tipo de artículo de valor.

**Contribuciones políticas** son fondos o recursos donados a partidos políticos, candidatos para el cargo, o comités de acción política (PACs).

### Principios Rectores

Michelin no hace contribuciones políticas.

El Grupo considera legítima la expresión de un punto de vista, con integridad, al explicar a los responsables públicos sus posturas en temas de interés para el Grupo. Los intercambios se llevan a cabo de acuerdo a los principios de honestidad y con el interés de las partes interesadas, tales como nuestros accionistas, clientes, socios, empleados y la jurisdicción pertinente (país, provincia, estado, municipalidad, etc.).

Contribuciones caritativas no están permitidas a menos que sean:

- Permitidas por toda la ley aplicable;
- Declaradas públicamente de acuerdo a la ley aplicable; y
- Autorizada por una política escrita de la Región, el Grupo, o la Entidad (por ejemplo, la política de *Regalos e Invitaciones*), o específicamente autorizada de forma escrita y previa por el Director Regional

Terceros (por ejemplo, agentes, intermediarios, consultores externos) tienen estrictamente prohibido realizar contribuciones en nombre o de parte del Grupo.

Por su naturaleza, la [Fundación Corporativa de Michelin](#) está sujeta a la gobernanza y a reportar requisitos que no están contemplados en este Código.

### Qué hacer

- Antes de que se realice una contribución caritativa de parte de una entidad del Grupo, asegúrese de que adhiera a este Código y con la ley aplicable.
- Consultar a mi gerente, Corresponsal de Ética de la región o país o al Departamento Legal si tengo alguna duda.

## Qué no hacer

- Usar los fondos o recursos del Grupo para realizar una contribución política o hacer una contribución política en nombre del Grupo.
- Distribuir en el lugar de trabajo letreros o slogans en favor de un candidato político.
- Usar una contribución caritativa que pueda ser interpretada como soborno. Si tengo una duda, debo consultar las secciones de este Código relativas a [Regalos e Invitaciones](#) y [Lucha contra la corrupción](#), y/o debo contactar al Departamento Legal.

## Caso práctico 1

*Eres miembro de un equipo de liderazgo de una fábrica que tiene un impacto económico significativo en la comunidad vecina. En el proceso de una campaña de reelección para un cargo político que representa al territorio en donde se encuentra la fábrica, el titular te contacta. Quieren organizar una visita a la fábrica, con medios locales, para anunciar la presentación de una nueva ley que favorecerá a la industria, incluyendo a Michelin. ¿Cómo debes reaccionar?*

Michelin si permite visitas a instalaciones para facilitar que funcionarios conozcan sobre sus operaciones. Sin embargo, dichas visitas se desalientan durante épocas de campañas electorales. Debes de contactar inmediatamente al departamento de relaciones públicas, al Corresponsal de Ética de la región o país o al Departamento Legal para recibir sus consejos antes de responder a la solicitud.

## Caso práctico 2

*Crees que tu sitio debe de apoyar un evento local para recaudar dinero para una caridad que beneficia a la comunidad. ¿A quién debes de contactar para explorar esta posibilidad?*

Debes contactar a tu departamento de relaciones públicas.

## Prevenir el uso indebido de información privilegiada



*"La Compañía solicita a todos y cualquier empleado que, en virtud de su actividad profesional, puedan tener acceso a información confidencial que pueda influenciar el precio de acciones en cualquiera de las compañías del Grupo, a no revelar dicha información, comprar o vender acciones u otros valores en la Compañía en cuestión, o hacerlo mediante terceros. Esto no sólo en cumplimiento con la ley, sino también como una muestra de respeto hacia e igualdad con los otros accionistas."*

Estatuto de Desempeño y Responsabilidad de Michelin (2002), Implementar nuestro valores, ejercer nuestras responsabilidades (Charte Performance et Responsabilité Michelin (2002), Pratiquer nos valeurs, exercer nos responsabilités)

## Contexto y Definiciones

Como empresa que cotiza públicamente en la bolsa o "cotizada", las regulaciones europeas imponen obligaciones particularmente estrictas a los gerentes, empleados y socios del Grupo con respecto a la prevención del abuso del mercado.

**Ningún empleado o socio debe beneficiarse de la compra o venta de acciones de una empresa cotizada, basado en información confidencial.**

Cualquier persona que maneje Información Privilegiada en la ejecución de sus tareas o como resultado de la preparación de una transacción particular es considerado como "**persona enterada**".

La "**información privilegiada**" no es pública, es información que puede influenciar el precio de mercado de valores del Grupo antes de hacerse de conocimiento público.

### **Principios Rectores**

Las regulaciones europeas y la legislación penal francesa en contra de violaciones de las leyes de seguridad son aplicables a cualquier persona natural o entidad legal, sin importar su nacionalidad y país de residencia. Cualquier incumplimiento en las reglas de uso de información privilegiada puede estar sujeto a penalidades graves (multas o penas de prisión).

Las reglas sobre el abuso del mercado y las medidas adoptadas por Michelin están especificadas en el **Estatuto Deontológico del Grupo**.

Para prevenir el uso indebido de información privilegiada, el Grupo debe de registrar y actualizar la lista de personas con acceso ocasional a la información privilegiada.

- Para cada situación o proyecto clasificado como información privilegiada, el Grupo tiene que generar una **lista específica de personas enteradas**. El Grupo asegura desde un inicio que estas personas o los terceros conocen sus obligaciones y las penalidades aplicables en caso de violación de las reglas.
- Para las personas que ejercen responsabilidades gerenciales o personas similares que pueden tener acceso, en virtud de sus funciones, a información privilegiada, se han establecido periodos anuales de abstención llamados "**ventanas negativas**" de parte del Grupo. Estas personas deben de abstenerse de cualquier transacción en las acciones del Grupo durante estos periodos. El Grupo asegura que estos conocen sus obligaciones, el calendario que debe respetarse y las penalidades aplicables en caso de violación de las reglas.

### **Qué hacer**

- Abstenerse de cualquier transacción en las acciones del Grupo en caso de que sea notificado que ha sido incluido en una lista de personas enteradas o en la lista de personas sujetas a "ventanas negativas".
- Llamar a la [Dirección Legal Corporativa/Oficial de Ética Corporativa & Financiera](#) en caso de tener duda sobre mi condición como persona enterada (en la sección de "**¿A quién contactar?**").

### **Qué no hacer**

- Ignorar una notificación recibida para informar sobre el registro en una de las listas de "personas enteradas".
- Comprar o vender acciones de una compañía cotizada al ser poseedor de información confidencial que puede influenciar significativamente su valor en el mercado.
- Comprar acciones en una empresa si se conoce que los tratos comerciales del Grupo con esa empresa pueden afectar el valor de esa empresa.

## Caso práctico

Eres un empleado accionista del Grupo gracias al esquema BIB'Action de participación de empleados en la bolsa. Acabas de escuchar un rumor en la oficina de que el Grupo pronto va a publicar resultados bajos. Aún quieres vender acciones de Michelin, las cuales has mantenido por más de 5 años\*, para financiar la compra de un nuevo vehículo. ¿Puedes hacer esto?

\* Las acciones emitidas en los esquemas de participación de empleados en la bolsa del Grupo son "bloqueadas" por 5 años.

**No.** El rumor que has escuchado es ciertamente información privilegiada que puede tener un efecto en el precio de las acciones de Michelin. Como un empleado accionista del Grupo, eres probablemente considerado como "persona enterada"; por lo cual, la obligación de evitar transacciones también aplica para ti, aún si antes de conocer este rumor no hubieses tenido prohibiciones particulares. Como resultado, no puedes vender o comprar acciones de Michelin hasta que la información sea publicada en un comunicado de prensa. Vous êtes employé-actionnaire du Groupe grâce au plan d'actionnariat salarié BIB'Action. Vous venez d'apprendre par une « rumeur interne » que le Groupe va prochainement publier de mauvais résultats. Vous souhaitez néanmoins vendre des actions Michelin, que vous détenez depuis plus de 5 ans\*, pour financer l'achat d'un nouveau véhicule. Pouvez-vous réaliser cette opération ?

## Lucha contra el fraude

El fraude pone en riesgo las actividades de Michelin así como su imagen y reputación.

El fraude y la deshonestidad, como cualquier comportamiento reprobable, están estrictamente prohibido en Michelin; pueden comprometer la responsabilidad civil o criminal de un empleado. Cualquier fraude comprobado es objeto de sanción disciplinaria, de acuerdo con la ley aplicable.

Se requiere supervisión absoluta con respecto a la comunicación de información sensible a personas externas a la empresa que permitan que un tercero cometa fraude.

### Definición

**El fraude es el acto de deshonestidad voluntario o intencional, engaño o abuso de confianza, cometido con la intención de obtener ilegalmente ventajas financieras o de otro tipo, ya sea para un empleado del Grupo o en beneficio de un tercero o una empresa externa al Grupo.** Hay diversas categorías de fraude:

- Desvío de activos: bienes o dinero;
- Corrupción, ya sea activa o pasiva;
- Falsificación de estados financieros.

El fraude puede ser cometido por un empleado trabajando para el Grupo. También puede llevarse a cabo por una persona u organización fuera del Grupo.

### Principios Rectores

Promover una cultura de integridad en todos los niveles del Grupo (mensajes gerenciales claros acerca del comportamiento esperado y cero tolerancia) y la implementación de procedimientos de control de riesgos efectivos para limitar el riesgo de fraude.

Michelin ha implementado un sistema de control interno en todas las empresas del Grupo.

Este sistema está basado en medios, comportamientos, procedimientos y planes de acción adaptados a las características específicas de cada empresa con la intención de:

- Contribuir al control de las actividades, la efectividad de las operaciones y el uso eficiente de los recursos,
- Tomar a consideración de manera apropiada los riesgos significativos, ya sean operativos, financieros o de conformidad.

Este sistema apunta particular a garantizar:

- El cumplimiento de las leyes y regulaciones;
- La aplicación de instrucciones y pautas establecidas por la Dirección Corporativa o la gerencia del Grupo;
- El funcionamiento correcto de los procesos internos del Grupo, en particular aquellos que contribuyen a la protección de sus activos;
- La fiabilidad de la información financiera.

**El gerente es un actor clave en este sistema:**

- Desarrollan una cultura de integridad dentro de su equipo;
- Comunican los principios fundamentales del Grupo;
- Supervisan los riesgos de fraude que puedan surgir en la entidad;
- Imponen sanciones cuando se comprueba fraude de parte de un empleado.

## **Qué hacer**

### ***Para prevenir fraude***

- Conocer y respetar las reglas de control interno determinadas en mi entidad, en particular aquellas relacionadas con la separación de tareas.
- Definir e implementar acciones correctivas cuando se detecta una debilidad de control.
- Reservar las herramientas y recursos puestas a disposición por el Grupo (tarjeta bancaria; computadora; herramientas) para uso profesional, excepto cuando sean específicamente autorizadas por una política de una región y país.
- Reportar al gerente cualquier solicitud urgente de modificación o comunicación de información sensible.
- Reportar al gerente sobre las dificultades recurrentes al aplicar un procedimiento.

### ***En caso de sospecha de fraude***

- Reportar al gerente o contactar la [Línea Ética de Michelin](#).
- Involucrar sistemáticamente al Director de Seguridad Regional, quien es la única persona autorizada para llevar a cabo investigaciones.



### ***Cuando el fraude se comprueba***

- Identifica cualquier debilidad en el sistema de control y corregirlo.
- Avisar a la jerarquía superior del mecanismo de fraude para prevenir que se replique en otras Entidades.
- Sancionar a un empleado que haya cometido fraude, con asesoramiento del Departamento de Recursos Humanos.

### ***Qué no hacer***

#### ***Para prevenir fraude***

- Omitir un procedimiento porque todos los hacen.
- Compartir las contraseñas de acceso al sistema de información a terceros.

#### ***En caso de sospecha***

- Llevar a cabo la investigación de forma personal.

### ***Caso práctico 1***

*Un proveedor te pide pagar urgentemente una factura a una nueva cuenta de banco con los detalles de contacto anexados. ¿Qué debes de hacer?*

Muchos fraudes se cometen a través de una persona que se hace pasar por un proveedor.

Debes reportarlo a tu gerente. Debes seguir el procedimiento del Departamento de Compras para confirmar esta solicitud.

### ***Caso práctico 2***

*Eres el único destinatario de un correo firmado por un ejecutivo de Michelin solicitando información sensible. ¿Qué debes de responder?*

Una solicitud inusual, incluso una interna, puede ser una señal de intento de fraude de robo de identidad. Debes remitirlo al Departamento de Seguridad de tu Entidad para asegurar que el procedimiento se siga.

### ***Caso práctico 3***

*Tu gerente solicita que difieras una cuenta de gastos al siguiente año (por ejemplo, el valor de producto que no se puede vender ni usar que será destruido). ¿Qué debes de hacer?*

Deber rechazar esta solicitud y recordarle al gerente las reglas de contabilidad y procedimientos del Grupo. Si tu gerente insiste, debes contactar al Gerente Operativo. Si la situación persiste, debes elaborar una alerta a la [Línea Ética](#).

## Lucha contra la corrupción

"Donde sea que operamos, alrededor del mundo, estamos firmemente en contra de toda y cualquier forma de corrupción, independiente de la organización u órganos involucrados, ya sean públicos o privados... Rechazamos toda y cualquiera remuneración de terceros si esta remuneración no corresponde a un servicio real, por una cantidad justificada, debidamente publicado en nuestras cuentas."

El Estatuto de Desempeño y Responsabilidad de Michelin (2002), Implementando nuestros Valores, Ejerciendo nuestras Responsabilidades (Charte Performance et Responsabilité Michelin (2002), Pratiquer nos valeurs, exercer nos responsabilités)

El Grupo aspira a preservar y desarrollar su reputación de honestidad e integridad. La corrupción y el tráfico de influencias destruye la confianza en una organización. Sin esta confianza, los Valores Fundamentales del Grupo no pueden ser respetados.

### Alcance

Como empresa cuya casa matriz cotiza en la bolsa de valores francesa, las actividades del Grupo alrededor del mundo son objeto de la ley contra la corrupción y tráfico de influencias de Francia, en particular su requisito de que la empresa adopte ciertas medidas para combatir la corrupción.

Este Código también es aplicable a las actividades de Michelin en Francia y en todos los países en los que opera. La ley local vigente en estos países puede ser más estricta que en este Código. Sí es así, las leyes anticorrupción del país prevalecen en dicho país.

Es responsabilidad del empleado, en colaboración con el Departamento Legal, entender completamente el alcance de dichas excepciones.

### Definiciones

**La corrupción pública** hace referencia a las ofertas de un regalo o cualquier beneficio a un actor gubernamental para ellos o para otras personas, directa o indirectamente, para persuadir o contenerlos de hacer algo dentro del alcance de sus funciones o competencias. Esta práctica ilegal es un acto de **corrupción activa**.

La aceptación o solicitud de un actor gubernamental de dicha propuesta u oferta es un acto de **corrupción pasiva**.

**La corrupción privada** hace referencia a las ofertas de un regalo o cualquier beneficio a un actor privado para ellos o para otras personas, directa o indirectamente, para persuadir o contenerlos de hacer algo dentro del alcance de sus funciones. Este práctica ilegal es un acto de **corrupción activa**.

La aceptación o solicitud de un actor privado de dicha propuesta u oferta es un acto de **corrupción pasiva**.

**Tráfico de influencias activa** hace referencia al ofrecimiento, directa o indirectamente, a un actor gubernamental o privado con influencia (real o supuesto), de un regalo o cualquier beneficio a cambio de un abuso de influencia de dicha persona para obtener una decisión favorable de parte de una autoridad o administración pública (como distintivos, trabajos, o contratos).

La aceptación o solicitud de una persona pública y privada de dicha propuesta es un acto de **tráfico de influencia pasivo**.

### **Principios Rectores**

El Grupo tiene cero tolerancia ante la corrupción o tráfico de influencias, ya sea público o privado, activo o pasivo, directo o indirecto. Cualquier acto o intento de acto de corrupción o tráfico de influencias puede exponer a los empleados a sanciones disciplinarias, puede exponer al empleado y al Grupo a multas y procesos civiles o penales, y puede afectar la reputación integral del Grupo.

Michelin se opone a cualquier pago o sobornos (dinero o regalos pagados ilegalmente) u otro pago ilícito, directa o indirectamente por un intermediario, a funcionario, miembros del gobierno o cualquier otro funcionario público, así como a cualquier individuo o cualquier entidad del sector privado, cualquiera que pueda ser.

Un empleado no será penalizado por las consecuencias de rechazar un pago de soborno de parte de Michelin.

### **Terceros actuando de parte de Michelin**

Los empleados deben ejercer precaución al usar terceros para representar o actuar de parte de una entidad del Grupo, tales como agentes, intermediarios, consultores externos, o clientes que desempeñen este tipo de servicio.

Contratos con terceros actuando en nombre o de parte de Michelin, o personas en nombre de Michelin en contacto con órganos administrativos o gubernamentales, deben estar escritos y deben contener cláusulas anticorrupción. La vigencia de estos contratos debe estar limitada para que el riesgo de corrupción planteado por la relación pueda ser reevaluado y para que el contrato pueda ser sometido a licitación.

Remuneración por los servicios de estos terceros debe:

- Corresponder a cantidades razonables, proporcional a la tarea asignada, identificable, y comparable a los estándares del mercado.
- Ser correctamente contabilizado, pagado en consideración por los servicios reales prestados, y de acuerdo con las prácticas de Michelin en materia de gastos autorizados y sus normas de contabilidad.

Los empleados deben de revisar con el Departamento Legal sobre la compensación permitida de acuerdo con las prácticas anticorrupción del Grupo y la ley aplicable.

### **Qué hacer**

- Rechazar cualquier solicitud u ofrecimiento de soborno. Reportarlo inmediatamente al Departamento Legal y a la [Línea Ética](#).
- Atenerse a la política de regalos e invitaciones aplicables.
- Participar en toda la capacitación anticorrupción requerida.

## Qué no hacer

### Personalmente, o a través de un tercero

- Dar o recibir, ni proponer o solicitar, sobornos o cualquier otro pago ilegal, ni aceptar tales demandas o solicitudes.
- Dar un regalo o beneficio a un actor gubernamental o privado, por beneficio personal, con el objetivo de:
  - influenciar una decisión administrativa o profesional
  - obtener o conservar contratos, alianzas comerciales u
  - obtener cualquier beneficio para el Grupo.
- Proponer, o aceptar o solicitar, ofertas, promesas, regalos, obsequios o beneficios de cualquier tipo a un individuo a cambio de que el último cometa un abuso de su real o supuesta influencia sobre un funcionario o empleado público.

### Caso práctico 1

*Eres un representante de ventas. Un cliente te contacta para negociar un reembolso de un producto con garantía (reembolso por reclamaciones de garantía no resueltas). El cliente te informa que está listo para compartir contigo los beneficios de este reembolso "como de costumbre según la práctica de tu predecesor". ¿Es legal esta práctica?*

**No.** Primero debes declinar la oferta de manera cortés. Luego debes contactar al Departamento Legal o reportar el hecho a través de la [Línea Ética](#). Una investigación de los eventos pasados y actuales está asegurada.

### Caso práctico 2

*Durante una reunión con el representante de un cliente del gobierno en un país conocido por sus elevados riesgos de corrupción, el representante del cliente te pide pagarles en efectivo "para asegurar que el contrato de compra sea renovado." Contestas que no estás autorizado para hacer esto. El representante del cliente se molesta y te amenaza. ¿Tienes que ceder ante esta exigencia?*

**No.** Primero debes intentar apaciguar la situación para asegurar tu seguridad. ¡No te expongas al peligro! Luego reporta la situación a tu supervisor o al Departamento Legal. También debes reportar el evento a la [Línea Ética](#).

Para cualquier reunión organizada con autoridades locales, se recomienda que siempre estén presentes dos representantes del Grupo.

### Caso práctico 3

*Eres un comprador a cargo de una solicitud de propuesta. Un proveedor potencial te ofrece sus servicios personalmente a cambio de la adjudicación del contrato. ¿Puede aceptar?*

**No.** Debes cortésmente rechazar la oferta. Inmediatamente debes reportarlo al Departamento Legal. Debes reportar el evento a la [Línea Ética](#).

## Caso práctico 4

*Eres un representante de ventas. Un exfuncionario de gobierno de un país te contacta y ofrece sus servicios "para asegurar que Michelin gane" una licitación que se acaba de anunciar en el país. La licitación involucra un contacto importante que puede significar una gran victoria para el Grupo y aseguraría que alcanzaras tus objetivos de crecimiento en este mercado. ¿Qué debes de hacer?*

Debes rechazar la reunión con este exfuncionario y contactar inmediatamente a tu gerente y al Departamento Legal. El hecho de que el exfuncionario haya declarado que puede garantizar que Michelin sea seleccionado para el contrato es una "**alerta roja**" que puede indicar que el funcionario abusará de su influencia con sus antiguos compañeros. Debes elaborar una alerta sobre esta posible oferta de tráfico de influencias a la [Línea Ética](#).

## Protección de privacidad e información personal



Michelin está convencido que la protección de información personal es esencial para inspirar confianza en las relaciones con todas las partes interesadas. El Grupo se compromete a recolectar y procesar sólo la información necesaria para sus actividades.

### Definición y Contexto

Información personal es información que directa o indirectamente identifica a una persona natural.

Esto incluye por ejemplo:

- para la **identificación directa** de una persona, una foto o información del estado civil de una persona (apellido, nombre, etc.).
- para la **identificación indirecta**: un número único de identificación (número de placas, número de identificación Michelin, número de teléfono celular, etc.) o una combinación de información (sexo, edad, profesión, ciudad de residencia, etc.).

Toda esta información personal debe ser protegida.

La cantidad de regulaciones para proteger la privacidad e información personal ha incrementado dramáticamente alrededor de mundo en los últimos años. En muchos países, **el incumplimiento de estas regulaciones hoy en día puede ser castigado mediante sanciones financieras significativas (a menudo reportadas a la prensa) e incluso sanciones penales.**

### Principios Rectores

La información personal de los empleados, clientes, proveedores, accionistas, socios o subcontratistas debe ser procesada de acuerdo a las leyes y regulaciones, así como las directrices aplicables del Grupo en cuanto a la protección de información personal.

**El grupo se compromete a recolectar y procesar sólo la información necesaria para sus actividades.**

No se le comunicará a terceros ninguna información personal, a menos que sea necesario y permitido por la ley.

Michelin también está convencido que la protección de información es uno de los activos más competitivos y un vehículo de confianza en las relaciones con las partes interesadas.

**La protección de la información personal sólo se puede asegurar con la ayuda de todos.**

### **Qué hacer**

- Recolectar y manejar sólo la información personal que sea necesaria para el objetivo buscado, y asegurar que este objetivo sea legítimo y definido de manera clara.
- Garantizar que la recolección y uso de la información personal respeta la información proporcionada por la persona implicada; si se requiere se debe de garantizar que se tiene el consentimiento de la persona para recolectar y usar la información.
- En los espacios de comentarios libres, sólo anotar los comentarios que sean relevantes, adecuados y no excesivos; cuestione antes si estaría cómodo compartiendo el comentario con la persona que es implicada en el mismo.
- Desecha o corrige información inexacta o incompleta, y respete el derecho de los individuos sobre su información.
- Comparta información personal sólo con los destinatarios internos autorizados, que tengan una necesidad legítima de conocerla.
- Comparta información personal a externos sólo en el evento de tener una obligación legal o a empresas que han firmado un acuerdo con el Grupo.
- Haber leído y estar de acuerdo con el cumplimiento de todos los compromisos aplicables dentro del Grupo en caso de tener acceso autorizado a la información de parte de otros países o transferencias internacionales, estos documentos son puestos a disposición en internet (por ejemplo, las normas vinculantes de la empresa (BCR)).
- Garantizar la seguridad y confidencialidad de información personal (por ejemplo, transferencias de documentos, a través del cumplimiento de las reglas de seguridad grupales sobre codificación de archivos);
- Reportarle al CERT (*Equipo de Respuesta de Emergencias Computacionales - equipo a cargo de gestionar los incidentes de seguridad de las TI*) de acuerdo con el procedimiento apropiado en caso de una filtración de datos (pérdida de información, acceso no autorizado, publicación no autorizado, etc.).
- Participar en capacitaciones regulares si las funciones que se desempeñan requieren el manejo de información personal. Conocer el marco de referencia aplicable a la actividad.

### **Qué no hacer**

- Recolectar información personal sin el conocimiento de la persona implicada.
- Recolectar información considerada "sensible" (estado de salud, preferencia sexual, opiniones políticas, convicciones religiosas, origen racial o étnico) sin el consentimiento de la persona o sólo en caso de que la ley lo requiera.
- Brindar acceso a información personal a la persona ubicada en otro país, sin consultarlo previamente con el Departamento Legal.
- Conservar información personal más tiempo del necesario para el propósito perseguido.

## Caso práctico 1

*Eres parte de un equipo de ventas y quisieras crear relaciones más cercanas con tus clientes. Te gustaría ingresar detalles relacionados con sus vidas privadas en la herramienta de gestión de relaciones de clientes del Grupo. Tu reemplazo podría, por lo tanto, tener acceso a esta información en tu ausencia. ¿Está permitida esta práctica?*

**No.** Solamente puedes recolectar información fáctica relacionada a la esfera profesional. Además, la recolección de cierta información sensible (estado de salud, religión, etc.) está estrictamente prohibida. Recuerda que tu empleado puede solicitar acceso a su información personal.

## Caso práctico 2

*Un compañero tuvo un incidente en el trabajo. Deseas proporcionarle retroalimentación a todos los sitios industriales. Proporcionas la siguiente información: Ronan A., Supervisor, Sitio Vannes, así como detalles de sus heridas y el contexto de su accidente. Tú solo mencionas el nombre de tu compañero, ¿estás siguiendo las regulaciones?*

Debes hacerte las siguientes preguntas.

1. **¿Estás buscando un objetivo legítimo?**

**Sí.** Se tiene la intención de mejorar las condiciones de seguridad de los empleados a través de esta retroalimentación.

2. **¿Es esencial transmitir toda esta información?**

**No.** El sitio, puesto, y nombre no son necesarios ni útiles para reportar sobre el accidente.

Para "anonimizar" la información personal, siempre debes preguntarte a ti mismo: ¿puedo identificar a esta persona utilizando la información proporcionada? En este caso, al dar el primer nombre, la función y el sitio industrial, proporcionas suficiente información para que la persona sea identificada.

## Relaciones con proveedores



Michelin otorga gran importancia a las relaciones con sus proveedores.

**Para todas las prescripciones, casos prácticos y expectativas relacionadas con los proveedores, favor de referirse al [Código de Conducta de las Relaciones con los Proveedores](#) y las herramientas de [educación en línea](#) asociadas.**

## Respeto de reglas y regulaciones



*"Asegurar el cumplimiento constante de las regulaciones y el respeto a las culturas de los países en donde operamos... Donde sea que estemos ubicados, estamos comprometidos a actuar como una Compañía responsable y honesta, respetuosa de la humanidad y la ley."*

El Estatuto de Desempeño y Responsabilidad de Michelin (2002), Implementar nuestros valores, ejercer nuestras responsabilidades (Charte Performance et Responsabilité Michelin (2002), Pratiquer nos valeurs, exercer nos responsabilités)

Michelin está comprometido a respetar las leyes y regulaciones aplicables en todas sus actividades. Es responsabilidad de cada empleado cumplir al pie de la letra y espíritu estas leyes.

## **Contexto**

Alrededor del mundo, leyes y regulaciones son promulgadas por autoridades del gobierno en diferentes niveles: país, ciudad, distrito, provincia. Algunas leyes y regulaciones también tienen alcance extraterritorial.

Para algunos temas, la ley local puede ser más estricta que este Código. Si es así, las leyes locales predominan. Sin embargo, en caso de que este Código sea más estricto que la ley local, este Código predomina.

## **Principios Rectores**

El Grupo no espera que sus empleados sean expertos legales. Sin embargo, es responsabilidad de cada empleado investigar y conocer las leyes y regulaciones aplicables a sus objetivos y cumplirlas. El Departamento Legal ayudará a todos los empleados a actuar de acuerdo a las leyes y regulaciones aplicables.

Los empleados también tienen que determinar cuando sea necesario buscar consultoría del Departamento Legal.

## **Qué hacer**

- Investigar las leyes aplicables a las actividades particulares consultando con el Departamento Legal si es necesario.
- Cumplir con las leyes y regulaciones aplicables.
- Si este Código es más estricto que la ley aplicable, cumplir con este Código.

## **Qué no hacer**

- Actuar sin consultar al Departamento Legal en caso de duda o desconocimiento de una situación.

## **Caso práctico 1**

*Te gustaría dar regalos a los funcionarios públicos con los que has frecuentado a lo largo de tu trabajo. Esta tradición, realizada en una festividad importante, es completamente legítima en el país. ¿Qué procedimiento tienes que seguir?*

Debes consultar la política de regalos e invitaciones aplicable y contactar al Departamento Legal. También debes asegurarte que esta práctica cumple con la política local, este Código, y con la ley anticorrupción de Francia, la cual aplica en las actividades del Grupo alrededor del mundo.



## Caso práctico 2

Has aceptado un puesto en una especialidad. Por la pesada carga de trabajo, no tienes tiempo de terminar la capacitación legal obligatoria para este puesto. ¿Cumple con los principios del Grupo?

**No.** Tienes que darte el tiempo de completar la capacitación.

## Interacciones externas

Comunicación sincera, el deseo por un diálogo constructivo, la disposición a escuchar y la atención sistemática a las necesidades de las personas apoyan la confianza depositada en el Grupo Michelin.

**El respeto a la información** es pieza clave en los otros cuatro valores fundamentales de respeto del Grupo (respeto a sus clientes, empleados, accionistas y el medio ambiente).

## Redes sociales

En sus actividades en redes sociales, los empleados deben garantizar que no hay ninguna confusión entre sus opiniones o intereses personales y la postura del Grupo.

Es importante ser respetuoso con compañeros, socios, clientes y competidores al usar las redes sociales.

En este contexto, el cuidado en la comunicación llevada a cabo en redes sociales es clave para Michelin.

### Contexto

Las redes sociales (Facebook, LinkedIn, blogs, foros, etc.) le dan la oportunidad a los empleados de expresarse a sí mismos, aprender y compartir información con compañeros, clientes o socios.

En este contexto, todos deben de actual de manera respetuosa para salvaguardar la imagen y reputación del Grupo.

### Principios Rectores

El equipo de "redes sociales" dentro de la Sala Digital & Social/DCEM supervisa el uso de las redes sociales en nombre del Grupo Michelin.

**La guía "Redes Sociales: Mejores Prácticas para los Empleados" está disponible para guiar a los empleados en el uso de redes sociales para propósitos personales.**

Quando se habla, **todos deben proteger la reputación del Grupo, la imagen corporativa y prevenir revelar información confidencial.**

Como recordatorio: la única persona autorizada para hablar en nombre de Michelin en una red social ha sido validada previamente por el Departamento de Comunicación & Marcas de cada Entidad. Favor de contactar al Gerente de Redes Sociales de su región/país o el DCEM "Sala social" para resolver cualquier pregunta.

## Qué hacer

- Configurar cualquier cuenta **personal** con mi correo electrónico personal.
- Mencionar que los comentarios son escritos y publicados a título personal y/o sólo mencionar información y hechos personales (no profesionales) en mi biografía/perfil.
- Si publico un comentario relacionado con Michelin o sus actividades, aún si éste fuera hecho a título personal, especificar que soy un empleado de Michelin.
- Reportar cualquier cuenta falsa a la Sala Digital & Social/DCEM. El Grupo es en ocasiones, víctima de robo de identidad.

## Qué no hacer

- Incluir el logo del Grupo en la identidad visual, para prevenir cualquier confusión.
- Incluir el nombre del Grupo MICHELIN en el nombre de usuario.
- Hablar de socios, clientes o proveedores sin su consentimiento previo.
- Revelar información confidencial que no es de mi propiedad.

## Caso práctico 1

*Estás trabajando en un nuevo proyecto confidencial de redes de distribución. Un compañero sugiere que abran un grupo en LinkedIn para intercambiar y compartir documentos. ¿Esto es posible?*

**No.** Debes rechazar porque los documentos internos del Grupo no deben ser intercambiados en redes sociales. Ofreces intercambiarlos por medio de la herramienta interna del Grupo para facilitar el trabajo colaborativo.

## Caso práctico 2

*Te tomaste fotos en una fiesta de despedida de uno de tus compañeros. Quieres publicarlas en tu página de Facebook, ¿está permitido hacer esto?*

**No.** Debes pedir permiso a las personas involucradas para respetar el derecho a su imagen. Para cualquier publicación, debes considerar el riesgo potencial de dañar tu reputación así como la de otras personas y entidades.

## Organizaciones de la sociedad civil (OSC)

OSC

Dondequiera que está presente, el Grupo actúa en armonía con la sociedad alrededor de él. El diálogo con las partes interesadas, incluidas las OSCs, son una fuente de riqueza, creatividad y cohesión social.

## Contexto

Las Organizaciones de la Sociedad Civil (OSCs) **son estructuras formales** (por ejemplo, *Organizaciones No Gubernamentales u ONGs*) **o informales** (por ejemplo, *expertos, líderes de opinión*) **que expresan las expectativas de la sociedad en términos sociales y ambientales.** Actúan en el interés general.

Su capacidad de influir continúa creciendo. Tienen legitimidad en la opinión pública.

### **Funciones y Principios**

El Grupo ha creado dentro del Departamento de Relaciones Públicas (RP) un puesto encargado del diálogo con las OSCs a nivel global.

Este puesto se basa en la red de gerentes RP regionales o nacionales.

Juntos, determinan los temas en riesgo (temas que son debatidos en la sociedad) e identifican a los interlocutores "correctos" en la sociedad civil para entablar diálogo constructivo.

**Un "interlocutor correcto" no es necesariamente un aliado; puede ser un adversario el cual, a través de debate, ayuda al Grupo a formular una opinión antes de tomar acción.**

### **Qué hacer**

- Escuchar las expectativas de la sociedad civil, sin importar la postura personal, porque concierne a la empresa y a mí.
- Compartir con la persona encargada del diálogo con las OSCs la información disponible para promover un diálogo a largo plazo con cada OSC.

### **Qué no hacer**

- Dejar consultas sin responder; los mensajes recibidos se deben de transmitir (de manera verbal o escrita) a la persona encargada del diálogo con OSCs para que puedan abordar estos mensajes.

### **Caso práctico**

*Eres desafiado por una ONG que defiende la causa animal. Te preguntan acerca de las reglas de compras del Grupo para el suministro de guantes de cuero natural para tus empleados, ¿qué debes de hacer?*

Como comprador del equipo de protección personal, el Grupo le da atención particular a la cadena de suministro de la industria curtidora. Los proveedores involucrados en el proceso de manufactura de este tipo de productos debe comprometerse al bienestar animal y a las reglas medioambientales emitidas por el Grupo.

Comienzas el diálogo con esta ONG para entender sus argumentos. Examinas el proceso interno y proponer contrapesos de mejora que puedes compartir con la ONG. Le recuerdas del compromiso del Grupo de eliminar cualquier causa directa o indirecta de sufrimiento animal y para favorecer, de ser posible, el uso de guantes de piel sintética.

## **Comunidades Locales**



Como un grupo industrial, Michelin tiene un gran impacto local en muchos países.

El Grupo Michelin desea llevar a cabo sus actividades en armonía con las comunidades locales donde sea que esté establecido y busca asegurar que su presencia sea lo más benéfico para ellas como sea posible.

## Contexto

El impacto de nuestras actividades involucra, en primer lugar, grandes proyectos (construcción de una nueva fábrica, cierre de un sitio, compra de plantaciones de hule) y, en segundo lugar, actividad continua en sus sitios operativos.

En cumplimiento con los estándares internacionales de derechos humanos, **Michelin está comprometido a garantizar que sus actividades no sean dañinas para la salud o seguridad de las comunidades locales, que no priven su acceso a recursos naturales (agua, comida, tierra, hábitat), y no altere sus culturas o actividades económicas.** También está comprometido a asegurar que nuestras operaciones puedan **generar efectos positivos en su desarrollo.**

## Valores y Principios Rectores

El Grupo Michelin desea llevar a cabo sus actividades en armonía con comunidades locales donde sea que esté establecido y busca garantizar que su presencia sea lo más benéfico para ellas como sea posible. Con este fin, define los siguientes compromisos:

- **Identificar los intereses y necesidades** de las poblaciones aledañas a muy temprana etapa de la construcción, desarrollo del sitio, o proyecto de adquisición del terreno. El trabajo de consulta con los actores interesados involucrados o impactados por el proyecto incluye a los grupos potencialmente más vulnerables.
- **Buscar oportunidades y acciones favorables y beneficiosas** para los actores interesados locales (empleo, proyectos conjuntos); prevenir el riesgo de eventos negativos; ajustar nuestros proyectos para que puedan beneficiarlos lo más que se pueda y que no afecte negativamente su salud, seguridad, acceso a recursos naturales o herencia cultural durante la fase de construcción o cuando el sitio esté en operación.
- **Mantener comunicación directa, frecuente, transparente y de calidad** con las comunidades locales y con todos los actores interesados presentes alrededor de los sitios operativos.
- **Establecer un mecanismo para el manejo de quejas.** En caso de daño al medio ambiente o a las poblaciones locales, debe abordar cada queja y proponer reparaciones y planes de compensación adecuados. Este sistema tiene que darse a conocer a las comunidades locales.

**Para los directores de sitio, los directores de un nuevo sitio en construcción o proyecto de cierre de sitio, y gerentes de integraciones/adquisiciones:**

## Qué hacer

### **En todas las circunstancias**

- Identificar los riesgos y las oportunidades de las poblaciones locales relacionadas a la construcción de un nuevo sitio, la actividad de un sitio en operación o el cierre de un sitio.
- Mantenerse informado de la existencia de cualquier regulaciones locales que aplican a segmentos específicos de la población (particularmente poblaciones en desventaja) y asegurar la protección de una herencia cultural de las poblaciones locales.
- Introducir planes basados en los resultados del paso anterior para eliminar o, en caso de no lograrlo, mitigar cualquier consecuencia negativa y desarrollar oportunidades positivas para las poblaciones locales.

- Establecer un mecanismo formal y accesible de manera fácil para que cualquier posible queja de parte de las comunidades locales se aborde efectivamente y dar a conocer este mecanismo.

#### ***Para los sitios en operación***

- Establecer un diálogo constructivo y frecuente con los residentes locales alrededor del sitio.
- Promover alianzas con actores interesados locales (asociaciones, escuelas, centros de investigación, compañías, etc.) que puedan generar impactos positivos en el bienestar y desarrollo de las poblaciones aledañas.
- Desplegar un programa de Acercamiento a las Comunidades Locales (IVL) en cada sitio con más de 400 empleados.
- Consultar los requisitos de los estándares de Medio Ambiente & Prevención (EP) para el uso de sus recursos naturales. (Objetivo: limitar la contaminación, la extracción de recursos escasos o cualquier daño a la salud y seguridad de las comunidades locales).

#### ***Durante la construcción del sitio industrial***

- Dar a conocer a los actores interesados locales las consecuencias de la construcción del proyecto a través de una comunicación directa. Tomar a consideración sus intereses y solicitudes para llevar a cabo la obra de manera satisfactoria para ellos. El enfoque no debe estar limitado al diálogo con autoridades locales. Puede ser realizado por una empresa externa, en asociación con Michelin.
- Dar prioridad a contrataciones locales cuando es posible. Respetar los principios de igualdad de oportunidad y no discriminación.
- Dar prioridad a la capacitación de las poblaciones locales cuando los requisitos del trabajo lo permitan.

#### ***Cuando se cierra un sitio:***

- Tomar las medidas necesarias para limpiar el sitio.
- Promover la recontratación de los empleados.
- Apoyar los esfuerzos para dar empleo en conjunto con las autoridades locales.

#### ***Cuando se compran y administran plantaciones:***

- Documentar el proceso de asentamiento en el terreno para asegurar que conocemos la historia de la propiedad.
- Respetar el derecho de uso y acceso a la tierra de las personas, para que puedan continuar cultivando sus cosechas y comida.
- Usar de manera sustentable las plantaciones de hule natural. Consultar la política de hule natural respectiva la cual dispone los compromisos de Michelin en materia social (contratación, capacitación, primeros auxilios), económica (respeto a su seguridad alimentaria) y medioambiental (conservación, biodiversidad).

#### ***Qué no hacer***

- Llevar a cabo un proyecto de nueva ubicación sin tomar en cuenta los intereses y demandas de los principales actores interesados locales. Debe involucrarse en diálogo directo.

- No lograr darle el seguimiento a las preguntas o posibles quejas planteadas por tus locatarios locales.
- Limitar el diálogo a autoridades gubernamentales solamente.

### Caso práctico 1

*Eres un gerente de proyecto a cargo de construir una nueva fábrica en un país. Un terreno ha sido identificado y el proyecto se ha aprobado por la municipalidad local. ¿Esto es suficiente para darle inicio a la construcción?*

**No.** Antes de validar el proyecto, debe de ampliar el diálogo a otros actores importantes. Puede pedirle a su equipo contactar a asociaciones locales, negocios, y escuelas para organizar discusiones o consultas.

Puede contratar apoyo de una empresa externa para ayudar en este proceso.

### Caso práctico 2

*Como responsable de un equipo de Recursos Humanos en un país, estas considerando contratar y reclutar de manera local. Sin embargo, la mayoría de los candidatos no están entrenados en las profesiones del Grupo. ¿Qué debes de hacer?*

Antes de considerar el reclutamiento y contratación en bolsas de trabajo más lejanas, debes evaluar la posibilidad de capacitar a la población local, en asociación con organizaciones de capacitación.

## Sinceridad en reportes financieros



El Grupo necesita información sincera y confiable para poder asegurar la calidad de su gestión y la confianza de los accionistas, socios y proveedores.

### Valores

*"La Compañía está a favor de una comunicación abierta, frecuente, veraz y honesta con sus accionistas y representantes de la comunidad financiera... Respetar los hechos exige objetividad y honestidad intelectual, sobre y más allá de opiniones e ideas preconcebidas. Significa atreverse a reconocer que un problema existe y admitir la realidad de su impacto, aún cuando las soluciones parecen difíciles de encontrar."*

El Estatuto de Desempeño y Responsabilidad de Michelin (2002), Implementar nuestros valores, ejercer nuestras responsabilidades (Charte Performance et Responsabilité Michelin (2002), Pratiquer nos valeurs, exercer nos responsabilités)

### Principios Rectores

Las operaciones y transacciones conducidas por el Grupo son registradas con sinceridad y fiabilidad en las cuentas de cada Entidad de acuerdo con las regulaciones y procedimientos internos aplicables.

Respetar los hechos significa mantener la objetividad y honestidad intelectual, más allá de opiniones y prejuicios.

Cualquier intento de falsificación de reportes financieros es considerado una violación y será sancionado debidamente.

### Qué hacer

- Reportar de manera oportuna, completa y honesta cualquier información que puede tener un efecto en la información financiera.
- Justificar todas las entradas con evidencia. Asegurar la fiabilidad de la información financiera y contable.
- Respetar las reglas de control interno.
- Alzar la voz si observo algún posible incumplimiento del principio de sinceridad en los reportes financieros.

### Qué no hacer

- Firmar o aprobar documentos que no son veraces o que no reflejan la realidad.
- Negarse a corregir la contabilidad o a elaborar una alerta si estoy consciente de los activos o deudas que no han sido registrados en el balance general del Grupo.

### Caso práctico 1

*Eres responsable del presupuesto. A final del año te das cuenta que arriesgas excederte en presupuesto al que te habías comprometido. ¿Qué debes de hacer?*

No intentas acordar con tus proveedores para retrasar la facturación al siguiente año para mantener tu compromiso. Los registros contables están ligados a la recepción del bien o servicio, y no a la recepción de la factura.

### Caso práctico 2

*Revisas los reportes de ventas preparados por tu gerente y encuentras errores. Dudas sobre si debes hablar de esto con tu gerente, ¿es la actitud correcta?*

**No.** No tienes que tener miedo de decirles. Al contrario, apoyas el interés del Grupo al prevenir que se vuelva a publicar información no veraz.

## Mi trabajo y el Medio Ambiente

**El respeto al medio ambiente** es uno de los cinco valores fundamentales de Michelin, enunciado en 2002, en el "Estatuto de Desempeño y Responsabilidad de Michelin" (Charte Performance et Responsabilité Michelin) y reiterado en 2012 en la publicación "Desempeño y Responsabilidad de Michelin: Una mejor manera de avanzar (Performance et Responsabilité Michelin : Une meilleure façon d'avancer)."

Considerando la naturaleza particular de la emergencia medioambiental, Michelin ha decidido agregar un componente medioambiental a este Código. Sus recomendaciones buscan información y generar iniciativa: tienen como intención ayudar a cada empleado a mejorar su huella medioambiental dentro del marco de sus actividades profesionales; actualmente no son reglas obligatorias (excepto para las actividades que están sujetas a una ley medioambiental).

## Contexto

La lucha contra el cambio climático, el compromiso a las energías renovables, la preservación de recursos y biodiversidad son esenciales para proteger el futuro del planeta.

Michelin ha estado evaluando y considerando por muchos años los impactos medioambientales de sus actividades durante el ciclo de vida de sus productos, desde la extracción y procesamiento de los recursos, pasando por la fase de uso, hasta el tratamiento al final de su vida útil.

## Principios Rectores

El Grupo tiene como objetivo alcanzar las cero emisiones NET CO2 de todos sus sitios industriales (esferas 1 y 2), para el 2050 - *consistente con el escenario que limitaría calentamiento global a 1.5°C.*

Cada empleado contribuye a este compromiso mediante la adopción de acciones responsables con el medio ambiente en su lugar de trabajo: en su estación de trabajo, en sus sitios y durante sus viajes de negocio.

## En mi puesto de trabajo

### Recomendaciones

#### Impresión

- Favorecer lo digital. Sólo imprimir los documentos que serán usados de manera frecuente.
- Editar documentos que se expondrán en pantalla para prevenir impresiones innecesarias. Para presentaciones de PowerPoint, por ejemplo, imprimo dos diapositivas por página.
- Limitar las impresiones, si se imprime que sea por ambos lados, y en blanco y negro.
- Favorecer fuentes de líneas delgadas, que ayuden al gasto eficiente de tinta.
- Cuando sea posible, utilizar papel reciclado, y asegurarse que todo papel utilizado es reciclado.
- Cuando sea posible, utilizar cartuchos de tinta rellenables, y asegurarse que sean reciclados.

#### ¿Sabías que?

*Un empleado trabajando en una oficina consume en promedio 70 a 80 kg de papel al mes.*

*Es fundamental garantizar que este consumo se reduzca y se favorezca el reciclaje.*

### Uso de dispositivos

#### TELÉFONO INTELIGENTE

- Configurar teléfono en modo "ahorro de energía".
- Apagar las funciones de GPS, Wifi y Bluetooth cuando no se están utilizando.
- En el trabajo o en casa, usar Wifi en lugar de 4G.



- Favorecer el "modo oscuro" (con fondo negro), el cual consume menos energía.

### COMPUTADORA (consumo y almacenamiento de información)

- Favorecer uso de laptop a una computadora de escritorio.
- Configurar las computadoras para que se suspendan en un corto plazo.
- Borrar el caché, historial y cookies de la computadora frecuentemente.
- Borrar correos viejos de manera frecuente.
- Reducir el peso de una presentación de "PowerPoint" utilizando:
  - Diseños de tema/máscaras ligeras;
  - La función de "comprimir imagen";
  - Conversión a <<PDF>> si se enviará por correo
- Ordenar y borrar en intervalos frecuentes:
  - Correos no necesarios en los archivos
  - Documentos en el folder de "Descargas" del sistema operativo
  - Los archivos personales de One Drive, cada año o en cuanto se vuelvan innecesarios (y en cada cambio de puesto)
- Apagar computadoras e impresoras durante el almuerzo y en la noche.

### OTROS DISPOSITIVOS

- En general, cuidar de sus equipos para optimizar la duración de vida.
- Devolver el teléfono fijo si no se usa.
- Apagar las luces cuando no se necesiten.
- Consumir focos de bajo consumo energético.
- Bajar persianas en caso de altas temperaturas durante la luz del día.

### ¿Sabías que?

*El equipo de IT es responsable del 21% del consumo de electricidad en las oficinas.*

*Es fundamental optimizar el consumo de energía para reducir la huella de carbono general de la actividad.*

### Correos (envíos)

- Limitar envíos a destinatarios esenciales. Prevenir el uso sistemático de la función de "reenviar a todos" para reducir correos innecesarios.
- Prevenir el uso de fotos o logos en la firma y pie del correo, o favorecer imágenes de baja definición.
- Compartir mediante un vínculo es preferible a mandar anexos.
- Reducir el tamaño de los anexos (convirtiendo todos los documentos a formatos PDF, comprimir

archivos).

- Darse de baja de suscripciones a listas de correos que rara vez se consultan.
- Administrar notificaciones desde aplicaciones internas (Teams - Yammer) para que no recibir sistemáticamente correos de notificaciones.
- Favorecer herramientas colaborativas, que suelen ser más eficientes y económicas que los correos (demasiados destinatarios o anexos). Utilizo la herramienta correcta para cada propósito.

### ¿Sabías que?

*El impacto al medio ambiente de un correo varía dependiendo de los números de destinatarios, el tamaño de los anexos y el almacenamiento de un servidor.*

*Multiplicar el número de destinatarios en los correos por 10 multiplica su huella ecológica por 4.*

### Búsquedas en internet

- Guardar páginas visitadas frecuentemente como favoritos.
- Escribir el dominio/URL de un sitio de internet directamente en la barra de búsqueda, en lugar de hacerlo a través de un motor de búsqueda.
- Cerrar programas/páginas de Internet/ventanas que no se usen de forma sistemática.

### ¿Sabías que?

*Una búsqueda en Internet de un minuto consume 100 Watts en una computadora de escritorio y 20 Watts en una laptop.*

*Cuando escribes el URL de un sitio de Internet directamente, se dividen las emisiones de gases de efecto invernadero por 4.*

### Más allá de mi puesto

Comportarse de forma ética, como el asegurar el respeto al medio ambiente, no es cuestión de reputación: es sobre todo, un problema global y colectivo urgente.

El Grupo invita a todos y cada uno de sus empleados a practicar de manera libre los valores y comportamientos éticos apoyados por Michelin más allá de su marco profesional.

### Viajes de negocio

#### ***Cuando sea posible, favorecer***

- Videoconferencias antes que viajes.
- Para traslados diarios: un transporte amigable con el medio ambiente (transporte público, bicicleta, a pie), y compartir viajes con otras personas en lugar de individuales.

- Para viajes largos: tren o compartir viajes.

### ¿Sabías que?

Los viajes de casa al trabajo y viajes de negocios son una de las principales fuentes de emisión de gases de efecto invernadero dentro de las actividades de oficina: más de 12 millones de toneladas al año.

3/4 de estos viajes se hacen en coche.

*Fuente: ADEME, Responsabilidad ecológica en la oficina (junio 2020)*

## En mi puesto

### Recomendaciones

#### Desperdicios y economía circular

##### DE ACUERDO A LAS RESPONSABILIDADES DE MI TRABAJO

- Favorecer la compra y uso de equipo de oficina, consumibles, artículos de oficina, empaques, etc. de materiales reciclados, reutilizados o sustentables
- Instalar una estación de reciclaje que sea visible y comprensible para todos.
- Usar productos de limpieza amigables con el medio ambiente.
- Garantizar la presencia de suficientes botes de basura y ceniceros; no tirar basura/cigarros en el piso.
- Limitar el uso de empaquetado, y favorecer uso de empaques sustentables (reutilizados, reciclados o de canales sustentables).
- Promover segunda vida de los equipos (computadoras, teléfonos inteligentes, oficinas, etc.) donándoselo a asociaciones o compañías para que sean reacondicionados.

### ¿Sabías que?

El reciclaje de equipo electrónico posibilita la recuperación de materiales preciosos escasos.

Una tonelada de tarjetas electrónicas tiene 50 a 100 veces más oro que una tonelada de minerales.

Algunos de los componentes de estos dispositivos, como el arsénico o cloro, son dañinos para la salud y el medio ambiente y requieren tratamiento especial.

#### Aire acondicionado y calefacción

- Como gerente, permitir que los empleados adapten sus uniformes de trabajo a la temperatura.
- Asegurar que las ventanas estén debidamente cerradas cuando hace frío, y tengan persianas durante las horas de sol en el día en caso de temperaturas altas.
- No dejar ventanas abiertas mientras el aire acondicionado esté en uso.

¿Sabías que? 

*Dentro del consumo de energía de una oficina, la calefacción representa en promedio un 50% y el aire acondicionado puede representar hasta un 20%.*

*Fuente: ADEME, Responsabilidad ecológica en la oficina (junio 2020)*

## Comidas

### DE ACUERDO A LAS RESPONSABILIDADES DE MI TRABAJO

- Favorecer productos locales y de temporada (cafeterías, oficinas, distribuidores, etc.).
- Usar artículos de oficina que se puedan conseguir en distancias cortas

¿Sabías que? 

*Cada comida en un servicio de comidas corporativas genera en promedio 75 g de desperdicios de comida, comparado con 130 g de un servicio de comidas colectivo general.*

*Fuente: ADEME, Responsabilidad ecológica en la oficina (junio 2020)*