

# Código de Ética de Michelin

*El Código de Ética se aplica a todos los empleados del Grupo sin excepción, así como a las personas que trabajen en nuestros centros o actúen en nombre de una entidad del Grupo, en cualquier lugar del mundo.*

*Michelin anima asimismo a sus clientes, proveedores y otros socios a adherirse al contenido de este Código, siendo en muchos casos condición necesaria para mantener relaciones comerciales con el Grupo.*

*En materia de ética, el Grupo considera que, como mínimo, deben respetarse las leyes nacionales e internacionales aplicables.*

*El Código reitera los valores fundamentales del Grupo y describe los principios y pautas que hay que respetar. Expone las directrices que deben guiar las decisiones de los empleados y partes interesadas. Especifica los comportamientos a adoptar en las situaciones típicas de cada entorno de trabajo.*

*Más allá de los casos que se plantean, cada empleado, socio o proveedor debe demostrar criterio, sensatez y debe actuar de buena fe en las distintas situaciones que puedan presentarse.*

*Este documento irá evolucionando con el tiempo. En caso de conflicto entre diferentes versiones, prevalecerá la versión francesa disponible en línea en la dirección [ethique.michelin.com](http://ethique.michelin.com).*



# INDICE

<b>Hablan 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 función como mánager</b>	<b>6</b>
<i>Información</i>	6
<i>Orientación</i>	7
<i>Protección de quienes denuncien</i>	7
<b>Mi función como empleado</b>	<b>7</b>
<i>Qué debo hacer</i>	7
<i>Tengo una pregunta</i>	8
<i>Protección de quienes denuncien</i>	8
<b>Preguntas y denuncias</b>	<b>8</b>
<b>Preguntas</b>	<b>9</b>
<b>Denuncias</b>	<b>10</b>
<i>¿Cuándo hay que denunciar?</i>	10
<i>¿Por qué es necesario denunciar?</i>	11
<i>Formas de alertar y enlace</i>	11
<i>Confidencialidad y protección de quienes denuncian</i>	11
<b>Actuar con ética en el día a día</b>	<b>12</b>
<b>Mi vida en la empresa</b>	<b>12</b>
<i>Discriminación</i>	12
<i>Acoso</i>	14
<i>Salud y seguridad</i>	18
<i>Trabajo infantil</i>	20
<i>Trabajo forzoso</i>	22
<i>Seguridad - Protección de activos</i>	25
<b>Mi conducta en el trabajo</b>	<b>26</b>
<i>Regalos e invitaciones</i>	27
<i>Comercio internacional y control de exportaciones</i>	29
<i>Competencia leal</i>	31
<i>Evitar los conflictos de intereses</i>	33
<i>Donativos a organizaciones benéficas y aportaciones a partidos políticos</i>	34
<i>Prevenir el delito de información privilegiada</i>	36
<i>Lucha contra el fraude</i>	38

<i>Lucha contra la corrupción</i>	41
<i>Protección de la Vida privada y los Datos personales</i>	44
<i>Relaciones con los proveedores</i>	46
<i>Respeto de las leyes y normas</i>	46
<b>Mis comunicaciones con el exterior</b>	<b>47</b>
<i>Redes sociales</i>	48
<i>Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC)</i>	49
<i>Comunidades locales</i>	50
<i>Veracidad de los informes financieros</i>	53
<b>Mi relación con el medioambiente</b>	<b>54</b>
<i>En mi puesto</i>	55
<i>En el entorno de mi centro</i>	57
<i>Mis desplazamientos</i>	57
<i>En mi centro</i>	58

# Código de Ética de Michelin

## Actuar éticamente en el día a día

El Código de Ética se aplica a todos los empleados del Grupo sin excepción, así como a las personas que trabajen en nuestros centros o actúen en nombre de una entidad del Grupo, en cualquier lugar del mundo.

Michelin anima asimismo a sus clientes, proveedores y otros socios a adherirse al contenido de este Código, siendo en muchos casos condición necesaria para mantener relaciones comerciales con el Grupo.

En materia de ética, el Grupo considera que, como mínimo, deben respetarse las leyes nacionales e internacionales aplicables.

El Código reitera los valores fundamentales del Grupo y describe los principios y pautas que hay que respetar. Expone las directrices que deben guiar las decisiones de los empleados y partes interesadas. Especifica los comportamientos a adoptar en las situaciones típicas de cada entorno de trabajo.

Más allá de los casos que se plantean, cada empleado, socio o proveedor debe demostrar criterio, sensatez y debe actuar de buena fe en las distintas situaciones que puedan presentarse.

Este documento irá evolucionando con el tiempo. En caso de conflicto entre diferentes versiones, prevalecerá la versión francesa disponible en línea en la dirección [ethique.michelin.com](http://ethique.michelin.com).



## Hablan los Gerentes

### Nuestro Grupo está unido por sus valores

Michelin necesita de todos nosotros para afrontar los retos que plantean el medioambiente, los clientes y los mercados. Construir juntos el Michelin del mañana significa, ante todo, compartir los valores de nuestro Grupo y comprometernos colectivamente para conseguir que tenga éxito.

Este compromiso debe traducirse en la práctica en una conducta ética en todo momento y lugar, para proteger la perennidad de Michelin. Se trata de una responsabilidad que todos debemos asumir dentro del Grupo. Nuestra estrategia, comportamientos y prácticas empresariales deben reflejarlo.

### **Por eso, Michelin se compromete a:**

- delimitar las prácticas empresariales a través de la creación y difusión de documentos fundamentales, como el Código de Ética y el Código de Conducta Anticorrupción. El incumplimiento de las normas y directrices promulgadas por el Grupo puede conllevar responsabilidades para sus empleados y exponerlos a sanciones disciplinarias;
- Asegurar el respeto de los derechos humanos en todas sus actividades y en cualquier lugar donde estas se desarrollen;
- implantar políticas para reducir los riesgos asociados a la huella medioambiental de sus actividades, productos y servicios.

### **Un Código de Ética para adoptar la actitud adecuada**

El objeto de este Código es ayudar a nuestros empleados y socios a adoptar una conducta adecuada en determinadas situaciones de riesgo para ellos mismos y para Michelin.

#### **Este código**

- reitera nuestros valores y principios de actuación fundamentales;
- indica a nuestros empleados cómo reaccionar en las situaciones más habituales;
- explica claramente los comportamientos que hay que adoptar de conformidad con nuestros valores y procedimientos (sección "Lo que debo/no debo hacer");
- aborda asimismo las situaciones más complejas y explica la línea de conducta que hay que mantener (sección "Casos prácticos");
- proporciona una lista de expertos a quienes consultar en caso de duda (sección "Contactos");
- ofrece una lista de documentos de consulta complementarios (sección "Referencias").

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

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

La adopción y el respeto de este Código se basan en el compromiso de todos los empleados, con independencia de su cargo o función. Nuestra conducta individual y colectiva debe ser conforme con los valores del Grupo. Todos somos garantes de los valores, la reputación, la imagen y el patrimonio que el grupo Michelin ha ido construyendo y consolidando a lo largo del tiempo, para garantizar la protección de sus empleados y su perennidad.

Cada empleado debe dedicar el tiempo necesario para leer este documento atentamente y poner todo su empeño para seguir sus pautas cada día.

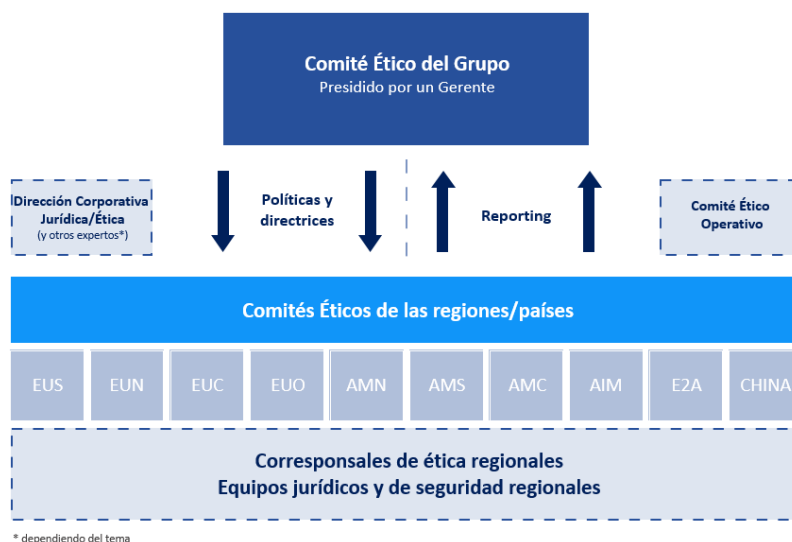
**Florent MENEGAUX**

Presidente del Grupo

**Yves CHAPOT**

Gerente y Director Administrativo y Financiero

# Gobernanza ética y organización



## Misiones del Comité Ético del Grupo

- Fomentar una cultura ética
- Garantizar el compromiso del Grupo en materia de ética
- Pilotar la estrategia ética
- Garantizar la coherencia en las acciones de las Regiones
- Validar el programa ético del Grupo, las políticas clave que se derivan del mismo y las acciones que deben emprenderse para garantizar el progreso continuo

## Funciones y responsabilidades



Todos los empleados de Michelin, independientemente del país donde residan, deben respetar personalmente los principios y pautas de este Código. Es decir, cada empleado está implicado en los resultados del Grupo y es embajador de sus valores.

Asimismo, el Grupo anima a cada empleado a compartir y difundir estos contenidos entre sus interlocutores profesionales, con una actitud dialogante y de respeto, a fin de contribuir activamente al bienestar individual en el trabajo y al resultado colectivo.

Las situaciones que se abordan en este Código no pueden ser exhaustivas. Por ello, cada empleado debe hacer uso de su buen criterio y sentido común en las situaciones que tenga que afrontar, de acuerdo con los valores y principios de actuación que se recogen en este documento. Si la información contenida en el Código no bastara para formarse una opinión, consulte a su mánager o a un representante de la función jurídica. Sus preguntas serán bien recibidas.



## CONSECUENCIAS DEL INCUMPLIMIENTO DE ESTE CÓDIGO

El incumplimiento de los principios y pautas definidos en este Código podría acarrear sanciones disciplinarias para el empleado, llegando incluso al despido y a procedimientos judiciales civiles o penales. Por consiguiente, cada empleado es responsable de leer, adoptar y respetar todos los principios y pautas de este Código.

En caso de conflicto entre este Código y las leyes aplicables o cualquier otra política aplicable del Grupo o de una entidad del mismo, la norma más restrictiva prevalecerá. Cada empleado es responsable, junto al Departamento Jurídico en caso de duda, de entender bien el alcance de tales excepciones.

## Mi función como mánager



Como mánager, no solo contribuye al resultado del Grupo, sino que también debe velar por el bienestar de su equipo.

El manager inspira a sus colaboradores con un comportamiento ejemplar y crea la confianza necesaria para cuestionarse las cosas: recuerda periódicamente a su equipo que está disponible y que no se tolera ningún tipo de represalias contra un empleado que, de buena fe, haya denunciado una posible infracción del Código.

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

## Información

- Me aseguro de que **conozcan y respeten los valores, principios y pautas definidos por el grupo Michelin**, incluido **este Código**.
- Llamo especialmente su atención sobre el **contenido del Código más relevante para su actividad**.
- **Doy ejemplo**, sin dudar, llegado el caso, en manifestar mis dudas o denunciar conductas inapropiadas.

## Orientación

- Responsabilización: cuando un colaborador me traslada una duda de tipo ético, le pregunto antes si ha utilizado el **procedimiento del Código para plantear dudas**. En su defecto, lo hago con él.
- Me aseguro de que **respeten las leyes y reglamentos aplicables**.
- En caso de duda persistente sobre una situación, me aseguro de que **los expertos mencionados en este Código** (en el apartado "Contactos" en la parte inferior de cada página) **sean consultados** para obtener una respuesta.
- **Velo para que nadie sea objeto de represalias** de ningún tipo tras denunciar de buena fe una situación inapropiada o plantear dudas.
- **Me aseguro de que todas las preocupaciones o alertas en materia de ética planteadas se trasladen a la [Línea ética](#)**, para que puedan registrarse y abordarse con rapidez y eficacia.

## Protección de quienes denuncien

El uso de la [Línea ética](#) permite denunciar de forma anónima, confidencial y segura.

**Aunque no tenga la seguridad de que la situación deba ser denunciada, en la Línea ética podrá informarse sobre la naturaleza de la situación y permitir que se trate correctamente.**

Con independencia del sistema de denuncia utilizado, **nadie podrá adoptar represalias contra una persona que, de buena fe, haya denunciado** una posible infracción de este Código, de la ley o de los principios y prescripciones de Michelin.

Cualquiera que crea ser objeto de represalias debe denunciarlo mediante este mismo procedimiento.

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

## Mi función como empleado



A través de su conducta, todos los empleados son embajadores del Grupo y sus valores. Por consiguiente, es necesario respetar el Código, tanto por el bienestar individual y colectivo en la empresa en el día a día, como por la reputación de Michelin.

En caso de duda sobre la conducta a observar, los empleados deben consultar el Código.

## Qué debo hacer

- **Respetar las leyes y reglamentos aplicables.**
- **Respetar los valores, principios y pautas definidos por el grupo Michelin.**
- **Compartir mis dudas o proceder a [denunciar/alertar](#)** si me enfrento a una situación profesional que no parezca respetar los valores de Michelin, las leyes y reglamentos aplicables, o este Código, por mi parte o por alguno de mis compañeros. *Dispongo de varios **sistemas de alerta internos**: la [Línea](#)*



ética, el Servicio de Personal, el Servicio de Seguridad, la función Jurídica, mi *mánager* u otro *mánager*, médico de empresa, la Comisión de vía de recurso, y el(la) Corresponsal de ética regional.

- **Conocer y entender** los temas que aborda el Código, las recomendaciones y comportamientos a adoptar cuando estén relacionados con mi actividad profesional.
- **Compartir y difundir** su contenido, con una actitud dialogante y de respeto, a fin de contribuir activamente al bienestar en el trabajo y a los resultados del Grupo.
- **Demostrar buen criterio y sentido común** ante las situaciones que puedan presentarse, de acuerdo con los valores y principios de actuación que se recogen en este Código.
- **Dar ejemplo**, no dudando, llegado el caso, en preguntar o denunciar conductas inapropiadas.

## Tengo una pregunta

- En caso de duda o preguntas sobre la conducta a observar, este Código indica el **comportamiento esperado en una serie de situaciones habituales** ("Qué debo hacer/Qué no debo hacer").
- Este Código incluye la existencia de **situaciones más complejas a través de los "Casos prácticos"**.
- Si no encuentro una respuesta adecuada a mi situación, debo consultar los **documentos específicos y a los expertos que se mencionan** después de los casos prácticos.
- Para orientarme, me ayudo de los **cuadros de la página de Preguntas**.
- Me pongo en contacto con **mi mánager** o **representante de la función jurídica**.

## Protección de quienes denuncien

El uso de la [Línea ética](#) permite denunciar de forma anónima, confidencial y segura.

**Aunque no tenga la seguridad de que la situación deba ser denunciada, en la Línea ética podrá informarse sobre la naturaleza de la situación y permitir que se trate correctamente.**

Con independencia del sistema de denuncia utilizado, **nadie podrá adoptar represalias contra una persona que, de buena fe, haya denunciado** una posible infracción de este Código, de la ley o de los principios y pautas de Michelin.

Cualquiera que crea ser objeto de represalias debe denunciarlo con este mismo procedimiento.

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

## Preguntas y denuncias



El éxito duradero de Michelin depende de la voluntad de sus empleados para trabajar con integridad y absoluta conformidad con los reglamentos y leyes, así como con los principios y prescripciones del Grupo.

Un comportamiento ético y conforme, que refleje los valores de nuestro Grupo, es importante para sus empleados, clientes, accionistas y el Grupo. Michelin cuenta con todos ustedes para garantizar la protección

de sus empleados, mantener la reputación y la integridad del Grupo y protegerlo frente a perjuicios económicos y legales.

## Preguntas

El respeto a las personas es la base de los valores de Michelin.

El Grupo promueve el diálogo y la libertad de expresión, permitiendo que todos puedan expresar sus inquietudes. Michelin intenta que todos sus empleados estén satisfechos, realizando sus actividades de acuerdo con la legislación de los países en los que opera.

Las informaciones expuestas en este Código darán a los empleados las herramientas necesarias para tomar decisiones éticas dentro del respeto a los principios y pautas del Grupo. No obstante, algunas respuestas no son evidentes. A continuación se incluye una lista de preguntas que deberían plantearse antes de tomar una decisión.

***Si tengo una duda respecto a la ética de una situación/decisión/acción, me planteo las preguntas siguientes:***

Cuándo tengo que tomar una decisión				
	Renuncio a esta decisión	Hablo con mi manager	Consulto este Código	Sigo haciéndome preguntas
¿Es legal?				
Sí		•	•	•
No	•			
¿Plantea riesgos para la reputación del Grupo?				
Sí		•	•	•
No			•	•
¿Estoy dispuesto(a) a asumir la responsabilidad?				
Sí			•	•
No	•			
¿Me plantea un problema de conciencia hablar abiertamente?				
Sí		•	•	•
No			•	•
¿Es conforme con el Código de Ética?				
Sí				
No	•			

Ante un hecho consumado				
	Contacto a través de la Línea Ética	Hablo con mi mánager	Consulto este Código	Sigo haciéndome preguntas
¿Es legal?				
Sí		•	•	•
No	•			
¿Plantea riesgos para la reputación del Grupo?				
Sí		•	•	•
No				•
¿Me plantea un problema de conciencia hablar abiertamente?				
Sí		•	•	•
No				•
¿Es conforme con el Código de Ética?				
Sí		•		
No	•			

## Denuncias

Este Código contiene unos principios de actuación estrictos con los que el Grupo no transige referidos a **Mi vida en la empresa**, **Mi conducta en el trabajo** y **Mi comunicación con el exterior**.

Nota: Dado el especial carácter de la emergencia medioambiental, Michelin ha decidido incluir en este Código una dimensión adicional titulada "**Mi relación con el medioambiente**". **Estas recomendaciones están pensadas para informar y promover:** su objeto es ayudar a los empleados a mejorar la huella medioambiental de sus actividades profesionales; por ahora no son normas obligatorias (excepto si se tratan de infracciones de lo dispuesto por una ley medioambiental).

## ¿Cuándo hay que denunciar?

Si un empleado del Grupo tiene conocimiento de hechos o situaciones que podrían constituir una infracción de las leyes y reglamentos aplicables, de este Código o de otros principios y pautas del Grupo, deberá denunciarlos para que puedan investigarse y se adopten medidas adecuadas para abordar la situación y evitar que se repita.

Cualquier persona que reciba una alerta debe asegurarse de que ésta quede registrada en la base de datos de la [Línea ética](#), para que sea investigada y se adopten las medidas adecuadas para abordar la situación y evitar que se repita.

Véase: [Preguntas](#)

## ¿Por qué es necesario denunciar?

La realización de las actividades del Grupo con integridad y absoluta conformidad con las leyes y normativas, con este Código, así como con los otros principios y pautas del Grupo, es una **condición esencial para el éxito continuado de Michelin**.

Un comportamiento ético y conforme con los valores de nuestro Grupo es importante para sus empleados, clientes, accionistas y el Grupo. Michelin cuenta con todos ustedes para **garantizar la protección de los empleados, así como para mantener la reputación y la integridad del Grupo y protegerlo frente a perjuicios económicos y legales**.

Denunciar es igualmente importante para conocer los dilemas a los que todos nos enfrentamos en un entorno cada vez más complejo. También es un **recurso para que todos aprendamos y progreseemos continuamente**.

La vigilancia de los empleados y socios del Grupo es una de las palancas más importantes para detectar las infracciones de este Código. El Grupo cuenta con la responsabilidad personal de sus empleados para asegurarse de que los comportamientos individuales sean conformes a los principios de actuación.

## Formas de alertar y enlace

Para denunciar una posible infracción de las leyes y normativas aplicables, de este Código o de otros principios y pautas del Grupo, se ha puesto a disposición de los empleados del Grupo y de terceros en todo el mundo una [Línea ética](#) accesible por Internet o teléfono.

Este mecanismo de alerta profesional, gestionado por un proveedor externo, permite a cualquier persona, *empleados, socios, clientes, proveedores o subcontratistas*, denunciar infracciones de una ley o normativa, de este Código o de cualquier situación contraria a los principios o pautas del Grupo.

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

Además de la [Línea ética](#), los empleados disponen de otros sistemas internos de alerta: el **Servicio de Personal**, el **Servicio de Seguridad**, la **función Jurídica**, su **mánager** u **otro mánager**, **médico de empresa**, la **Comisión de vía de recurso**, o el(la) **Corresponsal de ética regional**.

## Confidencialidad y protección de quienes denuncian

El uso de la [Línea ética](#) permite denunciar de forma anónima, confidencial y segura.

Con independencia del sistema de denuncia utilizado, **nadie podrá adoptar represalias contra ninguna persona que, de buena fe, haya presentado una denuncia de una posible infracción de este Código, de la ley o de los principios y pautas de Michelin.**

Cualquiera que crea ser objeto de represalias debe denunciarlo con este mismo procedimiento.

Más información: [Línea ética del grupo Michelin](#).

# Actuar con ética en el día a día



Michelin espera que sus empleados, en cualquier lugar del mundo, tengan un comportamiento ético que respete los valores fundamentales del Grupo.

En estas páginas encontrará los valores y principios de actuación para saber cómo hay que comportarte. Cada tema presenta, asimismo, las conductas que hay que adoptar en las diferentes situaciones de trabajo que puede encontrarse.

## Mi vida en la empresa



La voluntad de Michelin es contribuir permanentemente al desarrollo y al bienestar de todos en el ejercicio de sus responsabilidades dentro del Grupo.

**La protección y el respeto de los empleados** conlleva fundamentalmente los siguientes principios y pautas de convivencia que todos deben respetar.

## Discriminación



La diversidad y la inclusión en la empresa son una de las grandes riquezas del Grupo. Michelin considera que un entorno de trabajo en el que todos se sientan respetados tal como son refuerza el compromiso y el rendimiento colectivo. El Grupo tiene entre sus máximas exigencias la lucha contra cualquier tipo de discriminación.

Michelin espera que sus empleados se comporten con respeto entre ellos y con cualquier persona con la que mantengan relaciones profesionales (proveedores, clientes, vecinos de los centros, candidatos, etc.).

### *Definiciones y contexto*

**La discriminación** es el hecho de tratar de forma distinta a una persona o a un grupo para desfavorecerla o favorecerla con criterios tales como su identidad de género, edad, religión, cultura, origen social, nacionalidad, etnia, discapacidad, orientación sexual, afiliación sindical, situación familiar, opinión política, aspecto físico, etc. La discriminación es contraria a la igualdad de las personas. La Organización Internacional del Trabajo (OIT) afirma que "la protección contra la discriminación es un derecho humano fundamental" y se incluye en varios convenios, como el Convenio 111.

**La discriminación dentro de la empresa** puede ponerse de manifiesto a la hora de contratar, promocionar, remunerar, ofrecer formación y acceso a servicios o prestaciones.

Asimismo, se traduce en comportamientos, comentarios o gestos basados en estereotipos que pueden denigrar, deslegitimar o descalificar a una persona o a una categoría de personas. En muchos países es objeto de sanciones civiles y penales.

## Valores y Principios de actuación

El Grupo actúa para instaurar la **igualdad de oportunidades**, con independencia de la categoría del empleado, durante la contratación, en las decisiones sobre remuneración, trayectoria profesional, acceso a formación y condiciones contractuales.

Todo dirigente, mánager y empleado debe ser tratado con igual dignidad y respeto, sin tener en cuenta su género, edad, religión, cultura, origen social, nacionalidad, etnia, discapacidad, orientación sexual, afiliación sindical, situación familiar, opinión política, aspecto físico, etc.

Además de las expectativas del Grupo respecto a sus empleados, éste también exige a sus clientes y proveedores que luchen contra cualquier forma de discriminación y acoso contra sus propios empleados.

## Qué debo hacer

*(Responsables de Personal, Responsables de Diversidad e Inclusión, Mánagers...)*

- Controlar que los anuncios de trabajo se dirijan a todo tipo de candidatos sin mencionar género, edad, cultura, orientación sexual, religión, altura, etc.
- Informar a los empleados sobre los recursos disponibles en caso de discriminación y orientarles en sus trámites.
- Tomarse en serio cualquier queja por discriminación y respetar el derecho de todos los empleados a recurrir.
- Sancionar los hechos discriminatorios si se demuestran, respetando las leyes y reglamentos aplicables.
- Concienciar a los mánagers y a las personas que realizan la selección de personal en materia de estereotipos en los procesos de Personal.
- Concienciar a los mánagers respecto a las situaciones que inducen a la discriminación, para prestar especial atención a las personas vulnerables y conocer el procedimiento a seguir en caso de denuncia o queja.

## Qué no debo hacer

- Ignorar las quejas por discriminación o acoso (mánager).
- Tener en cuenta el nombre y los apellidos, domicilio, edad, género, situación familiar, foto o cualquier característica personal sin relación con las competencias del candidato para tomar una decisión durante el proceso de selección (seleccionador) o decisiones relativas a la carrera profesional de un empleado (mánager).
- Hacer a los candidatos preguntas sobre su cultura, religión, estado civil, intención de tener hijos, orientación sexual, etc., durante una entrevista de trabajo (seleccionador).
- Estipular en un contrato de un empleado o de un proveedor criterios de edad, religión, talla, género o cultura para personas que trabajan directa o indirectamente en Michelin.
- Hacer comentarios aparentemente anodinos o chistosos, pero que tienen como efecto denigrar a una persona por su país de origen, sexo, origen social, religión, discapacidad, etc.

## Caso práctico 1

*Su mánager hace continuamente bromas o alusiones críticas sobre la religión de un compañero. Tampoco le elige nunca para proyectos que podrían suponer una oportunidad de promoción, aunque su trabajo sea irreprochable y le deniega sin motivo las peticiones de días libres o para formación. Este colaborador aguanta como puede y no dice nada, pero la situación parece afectarle. ¿Qué debe hacer?*

Anime a su compañero a decirle al mánager que su actitud es ofensiva y discriminatoria y se ofrece a acompañarle si es necesario. Si no quiere hacerlo o si no se consigue que el mánager cambie su comportamiento, anímele a recurrir a la [Línea ética](#) y a ponerse en contacto con su DP de proximidad (PDP).

## Caso práctico 2

*Usted es Responsable de Diversidad e inclusión.*

*Una colaboradora le pide una entrevista. Hace cinco años que no ha sido promocionada. En cambio, uno de sus compañeros de otro servicio fue promocionado al cabo de dos años. Cree que la tratan de otra forma por ser mujer. ¿Cómo hay que responder?*

Le explica que el Grupo tiene el compromiso de tratar a hombres y mujeres por igual. Las promociones se deciden siempre en función de criterios objetivos.

No obstante, habla con el DP de proximidad (PDP) para que la situación se examine a fondo y, en su caso, se tomen las medidas necesarias en cuanto a la gestión de la carrera profesional.

## Acoso



*El término "acoso" en una empresa se refiere a un conjunto de comportamientos, prácticas y comentarios inaceptables que pueden provocar un perjuicio físico o psicológico a una persona.*

El acoso es inaceptable en cualquier caso, ya se deba a razones discriminatorias u otros motivos.

## Ejemplos de comportamientos inapropiados

***Ejemplos de comportamientos inapropiados que podrían constituir acoso (principalmente psicológico, pero también físico)***

- Ofender, humillar, insultar, denigrar o criticar a una persona constantemente
- Amenazar, presionar, intimidar o gritar a alguien
- Hacer chistes o comentarios que afecten a una persona y la incomoden
- Presionar exageradamente a alguien e imponerle objetivos imposibles de alcanzar
- Empujar deliberadamente a una persona a cometer errores
- Aislar física o socialmente a alguien del resto del equipo
- No tener a alguien en cuenta/excluirle de los beneficios o determinadas decisiones (elección de los horarios de equipo, periodos vacacionales, promociones, cursos de formación, etc.) o asignarle solamente las tareas que nadie quiere hacer y que no tienen nada que ver con sus funciones.

- Retirar a alguien sin motivo sus responsabilidades, trabajo o trasladarle injustificadamente
- Tener un contacto físico inadecuado con alguien (darle golpecitos en el hombro, abrazarle, empujarle, invadir su espacio personal, etc.)

Los métodos de gestión basados en la presión y el miedo que se utilizan a gran escala en una empresa, por ejemplo, con motivo de un proyecto o una reorganización estructural, podrían considerarse "acoso institucional".

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

- Tener contacto físico excesivo o inadecuado (tocar una zona íntima, mirar a alguien con insistencia o acercarse constantemente a esa persona...)
- Hacer insinuaciones sexuales, invitaciones o regalos sin reciprocidad o inoportunos (perfumes, ropa interior...) tanto física como verbalmente o por medios electrónicos.
- Hacer comentarios inadecuados o preguntas inoportunas sobre el aspecto físico de alguien.
- Condicionar una promoción o un beneficio a la aceptación de una invitación romántica o insinuaciones sexuales. (Todos son ejemplos de acoso sexual)

El hecho de que estos comportamientos puedan considerarse acoso (y provocar un daño físico o psicológico) también depende de la sensibilidad de las personas, que puede variar de una a otra.

La gravedad de estos comportamientos también puede variar según las circunstancias. Algunos comportamientos son lo suficientemente graves para considerarse acoso si solo han sucedido una vez, mientras que otros lo serán por repetición. La repetición de un comportamiento inapropiado aumenta su impacto y gravedad.

El acoso puede afectar a cualquiera y producirse en cualquier situación relacionada con el trabajo, también en el exterior de la empresa. Está castigado por ley en muchos países y se recoge en el convenio n.º 190 de la Organización Internacional del Trabajo adoptado en junio de 2019 y vigente desde junio de 2021.

### ***Valores y Principios de actuación***

**El Grupo Michelin tiene el compromiso de garantizar un entorno de trabajo en el que reine el compañerismo, acogedor y seguro, donde todos los empleados puedan desarrollarse sin obstáculos ni temores.** La empresa es consciente de que el acoso puede tener graves efectos en la salud física y mental de las personas y que crea un ambiente de trabajo hostil.

**El Grupo no tolera ninguna forma de acoso**, ya sea moral o sexual, hacia ninguna persona con la que se trate por motivos de trabajo, incluidas los interlocutores externos (candidatos, proveedores, clientes, socios, distribuidores y visitantes). El hecho de tener autoridad sobre la persona acosada constituye una circunstancia agravante.

Michelin hace visible su política de tolerancia cero frente al acoso, con independencia de la función que la persona acusada desempeñe en la empresa, e implanta mecanismos de denuncia equitativos, confidenciales y accesibles para sus empleados y partes interesadas. Anima a todas las víctimas o testigos de acoso a denunciarlo. Fomenta un entorno en el que las personas expresen sus problemas con confianza y se compromete a que aquellos que denuncien de buena fe reciban protección contra represalias.

El Grupo se compromete a tomarse en serio todos los casos, con confidencialidad, diligencia e imparcialidad, y a tomar medidas para evitar cualquier conflicto de intereses durante la investigación. Todos los casos de



acoso demostrado se sancionan y se toman medidas para remediar las situaciones incómodas, incluso si no se ha demostrado el acoso.

Michelin toma medidas preventivas y de detección en todas las regiones. Forma a los mángers y a los miembros del Servicio de Personal para que fomenten un comportamiento ejemplar, de acuerdo con el modelo ICARE, y entablen un diálogo abierto con los equipos sobre los comportamientos inapropiados o inoportunos que se dan en el trabajo. Asimismo, estos cursos de formación tienen por objeto identificar los malos comportamientos y garantizar que las denuncias por acoso se traten con absoluta seriedad.

Michelin también presta atención a que los proyectos de transformación de la empresa no generen ningún tipo de acoso institucional e implica a los empleados en el diseño de las medidas de prevención oportunas.

Las personas que hayan sufrido acoso tendrán el reconocimiento de víctimas y estarán acompañadas durante su recuperación personal y su situación profesional.

Michelin comunica con transparencia el número de denuncias por acoso, las medidas y sanciones adoptadas anualmente, manteniendo siempre la confidencialidad de las personas afectadas.

## **Qué debo hacer**

### **Como empleado**

- Mantener una actitud y opiniones respetuosas con todas las personas con las que trate, también durante los contactos por sistemas electrónicos (correo, videoconferencia, etc.)
- Prestar atención al bienestar de los compañeros y detectar cualquier malestar ante comportamientos inadecuados.
- Denunciar cualquier situación que pudiera considerarse acoso, tanto si se es víctima como testigo, a mi mángers, responsable de la Dirección Corporativa de Personal, responsable de Seguridad o jurídico, médico de empresa, la Comisión de vía de recurso, o a través de la [Línea ética](#).

### **Como mángers**

- Propiciar un clima laboral respetuoso con las personas, que fomente el diálogo y la manifestación de todos los problemas.
- Estar atento a la forma en que los miembros de mi equipo reaccionan ante mi estilo de gestión y tener en cuenta sus comentarios.
- Informar a los empleados sobre los recursos disponibles en caso de acoso y orientarles en sus trámites.
- Animar a los empleados a denunciar los casos constatados de los que sean víctimas o testigos.
- Tomar en serio cualquier denuncia de acoso, con independencia del nivel jerárquico de la persona acusada.

### **Como Secretario general/Directores de entidades**

- Concienciar a los mángers en los comportamientos y opiniones que inducen al acoso para evitarlos e identificarlos, y a que conozcan los trámites a seguir en caso de constatación o denuncia.
- Tener en cuenta los problemas de conflicto de intereses cuando se evalúa o investiga un caso y no confiárselo a una persona que quizá no sea imparcial.

- Tratar las denuncias de acoso con confidencialidad y respetando la presunción de inocencia.
- Sancionar los hechos que constituyan acoso si se demuestran, respetando las leyes y reglamentos aplicables.

## **Qué no debo hacer**

### **Como empleado**

- Hacer comentarios o gestos en apariencia anodinos o cómicos cuyo efecto es que una persona se sienta inferior, deslegitimada, herida o molesta.
- Seguir intentando seducir a alguien si la persona no muestra ninguna reacción positiva o rechaza dichos intentos.

### **Como mánager**

- Ignorar o minimizar las denuncias de acoso moral, sexual o institucional.
- Exigir a los empleados que consigan a cualquier precio los objetivos si las circunstancias lo hacen imposible.
- Investigar los hechos si no tengo formación para ello o si mi proximidad a los implicados me impide ser neutral.

## **Caso práctico 1**

*Ha notado que dentro del equipo hay un compañero que es marginado por otro; nunca le saluda, no le invita a participar en las reuniones del equipo y hace habitualmente comentarios desagradables sobre su aspecto físico. ¿Qué debe hacer?*

Intente hablar con él y con el compañero sobre lo que le parece un comportamiento incorrecto.

Anima al compañero a hablar con su mánager o DP de proximidad, o a utilizar la [Línea ética](#), o la Comisión de vía de recurso.

También puede comunicar estas observaciones a su mánager.

## **Caso práctico 2**

*Su responsable jerárquico es muy exigente. Reprende públicamente a los miembros del equipo cuando el trabajo no se ha hecho cómo él esperaba y puede humillar a una persona en plena reunión, lo que crea un clima de miedo que impacta en la moral de todo el equipo. Nadie se atreve a decir nada porque tiene un alto cargo y todo el mundo le teme. ¿Qué debe hacer?*

Puede hablar de este asunto, solo o con otros compañeros, con su mánager y decirle que su comportamiento desmotiva, estresa y perjudica a todo el equipo.

Si no reacciona, también se puede recurrir a la [Línea ética](#). Al mismo tiempo, puede hablarlo con su DP de proximidad.

El hecho de que la persona ocupe una posición jerárquica elevada en la empresa no le da ninguna protección especial. Por otra parte, la política de la empresa protege al denunciante frente a cualquier tipo de represalia.

### **Caso práctico 3**

*Trabaja en la fuerza de ventas y un cliente le ha dicho claramente que le gustaría salir con usted fuera del trabajo y le ha invitado varias veces a tomar algo o a cenar. Tras declinar sus invitaciones, el cliente ha dicho que dejaría de comprar neumáticos Michelin o que compraría muchos menos si no responde positivamente a sus peticiones. ¿Qué debe hacer?*

Contárselo a su responsable y denunciar el asunto en la [Línea ética](#).

Además, puede contárselo al DP de proximidad.

### **Caso práctico 4**

*Uno de sus compañeros no deja de dar palmadas en la espalda a la gente. Parece considerarlo un gesto amistoso. Pero usted ha notado que a algunas personas les molesta ese comportamiento y no se atreven a decirlo. ¿Qué debe hacer?*

Explica al compañero que esa costumbre no es bien recibida, que resulta molesta y debe dejar de hacerlo.

### **Caso práctico 5**

*Durante un ejercicio de “team building”, un participante externo ha tenido un comportamiento inapropiado con usted, haciéndole cumplidos reiterados, siguiéndole con la mirada durante todas las actividades y proponiéndole ir a tomar algo. Este comportamiento le ha incomodado y molestado para las actividades. ¿Qué debe hacer?*

Mostrarse firme y pedirle que deje de comportarse así. Puede hacerlo por su cuenta o con un compañero para sentirse apoyado(a).

Denuncia el caso en la [Línea ética](#). Además, puede contárselo a su mánager y al DP de proximidad.

Es fundamental parar los pies a quien tenga un comportamiento inaceptable antes de que este degenera o se repita con otras personas.

## **Salud y seguridad**

La salud y la seguridad de las personas nos concierne a todos y tienen prioridad sobre cualquier otra actividad.

### **Propósitos**

- Esforzarnos al máximo para garantizar y hacer cumplir las medidas de seguridad sanitaria de los empleados, del personal de las empresas exteriores que prestan servicios y de los visitantes.
- Controlar el efecto para la salud de todos los productos y actividades en las poblaciones vecinas, los clientes y el público.

- Crear condiciones de trabajo que protejan la salud física y mental, favorezcan el equilibrio vital y el bienestar personal, el mantenimiento de la aptitud para trabajar y la accesibilidad de los puestos de trabajo para el mayor número de personas.

### **Principios de actuación**

- La seguridad y la salud de las personas son prioritarias en cualquier decisión o acción.
- Cada persona tiene el deber de respetar las reglas y de poner fin a cualquier situación de riesgo. También tiene derecho a no realizar las intervenciones para las que no tenga competencias ni esté validada para intervenir con seguridad. Un empleado que intervenga fuera de los centros del Grupo – por ejemplo, en las instalaciones de un cliente– tiene el derecho y el deber de negarse a intervenir si considera de buena fe que las condiciones de trabajo no son seguras.
- La opinión del personal y de sus representantes se tiene en cuenta a la hora de definir los planes de actuación para mejorar las condiciones de trabajo.
- Entre las prescripciones del Grupo y las normativas locales, la empresa ha decidido respetar las normas que ofrezcan mayor protección.
- La empresa implementa los recursos y condiciones para mantener a largo plazo la aptitud para trabajar, reducir la penosidad, conservar la salud física, mental y social, garantizar la seguridad y el bienestar de todos.

### **Responsabilidades**

La salud, la seguridad y la calidad de vida en el trabajo son objeto de responsabilización a todos los niveles del Grupo:

- **Empleados y sus representantes**

Son responsables de su salud y seguridad. Están atentos a las de sus compañeros y tienen capacidad para hacer propuestas de mejora de la prevención y la calidad de vida en el trabajo.

- **Equipos**

Tienen una función colectiva de integración de los recién llegados y de alerta de los riesgos.

- **Mánagers**

Son responsables de la salud física y mental de sus equipos. Pilotan la elaboración y el despliegue de los planes de mejora de la salud/seguridad/calidad de vida en el trabajo. Dan ejemplo y muestran un liderazgo responsable al aplicar estas disposiciones.

### **Garantes**

- **Responsables de EP (Medioambiente y Prevención)**

Definen y garantizan, cuando es obligatorio, la aplicación del Sistema de Gestión EP (SMEP) que permite mantener el resultado y que este progrese. Son responsables de evaluar los riesgos físicos, psicosociales y químicos y garantizan el despliegue adecuado de los programas de prevención correspondientes. Se encargan de impulsar los progresos en el ámbito de la salud/seguridad y toman decisiones para controlar los riesgos asociados a los cambios para los nuevos materiales, instalaciones y condiciones de trabajo.

- **Responsables de SP (Servicio de Personal)**

Garantizan la protección, por parte del mánager, de una persona en situación de riesgo y el despliegue de la política de salud y seguridad y de los comportamientos previstos. Garantizan el seguimiento de las medidas en materia de calidad de vida en el trabajo y de prevención de riesgos psicosociales.

- **Personal sanitario**

Se encarga de la atención, seguimiento médico, aptitud física, aconsejar en asuntos de salud/seguridad/calidad de vida laboral/riesgos psicosociales al personal y a la empresa. Tiene capacidad para hacer propuestas en materia de prevención y el deber de alertar ante situaciones que considere inaceptables.

### **Qué debo hacer**

- Utilizar los Equipos de Protección Individual exigidos en el Dossier de Prevención en el Puesto para realizar su tarea.
- Comprobar los dispositivos de seguridad de mi puesto.
- Estar atento para garantizar mi seguridad y la de los demás.
- Alertar de cualquier situación de riesgo. Velar por el respeto de las normas de salud y seguridad dando ejemplo.
- Preservar mi bienestar y el de los demás. Activar el dispositivo de intervención en caso necesario.
- Contribuir activamente al respeto y las mejoras del entorno laboral y de los locales sociales (incluidos el orden y la limpieza).
- Respetar las normas de desplazamiento en el centro y en el exterior.
- Hacer propuestas en materia de mejora de la calidad de vida en el trabajo.

### **Qué no debo hacer**

- Realizar una operación/tarea sin tener la formación adecuada (cualificación de oficios...).
- Neutralizar un dispositivo de seguridad de mi puesto al margen de una operación prevista y bajo control.
- Ocupar mi puesto bajo los efectos de sustancias psicotrópicas (alcohol, drogas, tranquilizantes).

## **Trabajo infantil**



En Michelin somos contrarios a cualquier forma de trabajo infantil susceptible de perjudicar la salud, escolaridad o integridad y que no sea conforme con las convenciones de la OIT.

Queremos proteger a los niños, ayudarles a desarrollarse física y psicológicamente y excluir de nuestras actividades, así como de las de nuestros proveedores, cualquier trabajo que contravenga estos principios.

## **Definición**

**El concepto "trabajo infantil" agrupa a todas las actividades que priven a los niños de su infancia, perjudiquen su escolaridad, salud y desarrollo físico y mental. Se trata de los trabajos:**

- peligrosos para la salud, el desarrollo físico, social o mental de los niños;
- que ponga en peligro su educación o les prive de escolarización;
- que les obligue a combinar actividades escolares y profesionales excesivamente largas y penosas para ellos.

**La Organización Internacional del Trabajo (OIT) establece la edad mínima para trabajar en 15 años y en 18 para cualquier forma de trabajo peligroso.**

En cualquier caso, el trabajo, aunque sea puntual, no debe impedir la escolarización del niño ni ser nocivo para su salud y su desarrollo. Con esta condición, la OIT considera aceptables algunos trabajos ligeros para los niños a partir de 13 años. Por último, un niño no debe interrumpir su escolarización antes de la edad obligatoria en el país correspondiente.

## **Principios de actuación**

### **Prescripciones para las personas que trabajan en los centros de Michelin**

- Los menores de 18 años no trabajarán en los centros del Grupo;
- Puede haber excepciones entre los 15 y 18 años si el periodo de trabajo forma parte del aprendizaje, no sustituye a la escolarización y no perjudica al desarrollo y la salud de la persona (ningún trabajo pesado).

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

- Los Principios de Compras que se adjuntan a los contratos exigen a los proveedores el respeto a las reglas siguientes: prohibición de que los menores de 18 años hagan trabajos peligrosos y prohibición general del trabajo de los menores de 15 años. Puede haber excepciones según la naturaleza de la actividad, siempre que las prácticas sean conformes a los Convenios 138 y 182 de la OIT y a las leyes nacionales, y especialmente que el trabajo no sustituya a la escolaridad y no perjudique al desarrollo y la salud de la persona.
- El Grupo desarrolla una dinámica específica en el caso del caucho natural, para localizar el riesgo de trabajo infantil en su cadena de aprovisionamiento, implantar medidas y hacer un seguimiento en las zonas de mayor riesgo.
- Asimismo, el Grupo evalúa los riesgos para los derechos humanos –como el trabajo infantil– entre sus proveedores, especialmente en los países y categorías de compras de mayor riesgo. Los proveedores cuyas prácticas RSE no sean conformes con los estándares de Michelin deben adoptar planes de medidas correctivas.

## **Qué debo hacer**

- Comparar las leyes nacionales con los principios y pautas de la empresa en materia de edad mínima para trabajar y elegir la más elevada.

- Comprobar los documentos de identidad de los empleados para garantizar que tengan como mínimo 18 años si hacen trabajos pesados.
- Reforzar la vigilancia en los países donde sea frecuente que los menores trabajen, también entre los proveedores.

### **Qué no debo hacer**

- Autorizar el trabajo infantil en un país, aunque se considere algo normal.
- Cerrar los ojos ante el trabajo infantil cuando esta práctica la realice un proveedor o socio (pero no en Michelin).

### **Caso práctico 1**

*Le han nombrado responsable de un taller en una fábrica. Algunos empleados parecen muy jóvenes. Después de comprobar sus documentos de identidad, resulta que uno tiene 16 años y desempeña un trabajo pesado. ¿Qué hace?*

El país donde está la fábrica permite trabajar a partir de los 16 años, pero las normas de la empresa dicen que cualquier persona que haga un trabajo pesado tiene que tener como mínimo 18 años. Estudia la posibilidad de que el empleado trabaje en otro puesto, asegurándose previamente de que las tareas no sean perjudiciales para su salud ni escolaridad.

### **Caso práctico 2**

*Es director regional en un país en desarrollo. Una ONG se pone en contacto con Michelin para denunciar que hay niños trabajando en una plantación de hevea que suministra indirectamente al Grupo. Después de investigar los hechos, resulta que algunos adolescentes ayudan de vez en cuando a sus padres en las plantaciones. ¿Hay que denunciarlo de todas formas?*

Sí. Debe trasladar el caso al departamento de compras, que decidirá las medidas a adoptar.

## **Trabajo forzoso**



Michelin se opone a cualquier forma de trabajo forzoso en sus centros y cadena de suministro.

Según la OIT, en 2016 había casi 25 millones de personas víctimas del trabajo forzoso. En todo el mundo, los sectores donde predomina el trabajo forzoso son: la minería y las canteras, el turismo, la agricultura, el sector agroalimentario, la construcción y la manufactura electrónica. Dependiendo del país, se puede encontrar trabajo forzoso en los sectores de la construcción, limpieza y todos aquellos que requieren mano de obra poco cualificada y subcontratación en cadena. Los trabajadores desplazados y los sin papeles pueden encontrarse igualmente en una situación de dependencia y trabajo forzoso.

### **Definición**

Michelin se opone al trabajo forzoso, tal como se define según los principios generales ampliamente compartidos del derecho internacional, y que se caracteriza por situaciones en las que los trabajadores se ven obligados a realizar un trabajo o servicio contra su voluntad, sin salario y/o bajo amenazas ilegales de uso de la fuerza, fraude, coacción, una deuda o retención de sus documentos de identidad.

El trabajo forzoso puede consistir en:

- **Obligar a firmar un contrato de trabajo cuyas condiciones no son comprendidas** por el empleado. Por ejemplo: un contrato de trabajo que no está redactado en la lengua materna del empleado.
- **Coaccionar psicológica o físicamente** a un empleado para que haga un trabajo. Por ejemplo: amenazar con despedir a un empleado si no hace una operación peligrosa que no forma parte de sus tareas o para la que no tiene formación.
- **Limitar la autonomía de una persona.** Por ejemplo, reteniendo sus documentos de identidad, obligándola a dormir en la empresa, a depender del empresario para abrir una cuenta bancaria, a no disponer libremente de su tiempo de ocio, etc.
- **Llevar a un empleado a endeudarse considerablemente** antes de haber empezado a trabajar, de forma que se encuentre en una situación de "servidumbre por endeudamiento". En algunas regiones, los intermediarios (agencias de contratación) facturan a los candidatos sumas muy importantes (gastos de transporte, alojamiento, seguro...) en la fase de selección, reclutamiento o contratación; los empleados tardarán años en pagar la deuda al empresario.

### **Principios de actuación**

El Grupo se compromete a\*:

- Si se utilizan contratos de trabajo, **diseñar contratos de trabajo legibles y comprensibles** por todos los empleados.
- **No obligar a trabajar a un empleado bajo coacción** y respetar su autonomía.
- Velar por que **cada empleado disponga libremente de sus documentos de identidad y pueda resolver su contrato de trabajo por propia iniciativa** con el plazo de preaviso estipulado en la normativa local o el contrato de trabajo.
- **Prohibir el pago de comisiones o gastos de contratación** por los solicitantes de empleo.
- Trabajar con agencias de contratación y de trabajo temporal que respeten los Principios generales para la contratación equitativa de la OIT y que no endeuden al empleado, a fin de evitar cualquier forma de servidumbre hacia el empresario.

\* Las referencias a los contratos de trabajo solo son aplicables en las situaciones en las que se utilicen dichos contratos de trabajo.

Michelin se compromete asimismo a **luchar contra el trabajo forzoso en su cadena de subcontratación**. El Grupo identifica los sectores/proveedores de mayor riesgo e implanta una dinámica para evaluar y gestionar ese riesgo en su cadena de suministro.

Se presta especial atención a los trabajadores inmigrantes. **Los trabajadores inmigrantes son una parte de la población más vulnerable en materia de respeto de los derechos humanos**. Con frecuencia no hablan el idioma del país, no cuentan con ayuda de familiares y, por lo tanto, dependen de manera especial de las agencias de contratación y del empresario.



## **Pautas para las personas que trabajan en los centros Michelin**

*Responsables de personal, responsables jurídicos y directores de los centros*

### **Qué debo hacer**

- Si se utilizan contratos de trabajo, presentar a la firma unas cláusulas claras (lugar de trabajo, condiciones de rescisión del contrato de trabajo, plazo de preaviso, etc.) y redactadas de forma que el empleado las entienda.
- Asegurarme, durante el proceso de contratación por los servicios de Michelin, que no se facture ningún gasto de contratación al candidato (como, por ejemplo, gastos de presentación de su candidatura).
- Entregar una copia de sus documentos de identidad, del contrato de trabajo o del permiso de residencia al empleado si la ley del país obliga al empresario a conservarlos. Dar al empleado la posibilidad de recuperar esos documentos en cualquier momento.
- Estar atento a los posibles "signos" que podrían indicar que el empleado está haciendo trabajo forzoso: número excesivo de horas extra, aislamiento, presión financiera, etc.
- Dar a los trabajadores acceso gratuito a la información sobre sus derechos y condiciones laborales.

### **Qué no debo hacer**

- Conservar los documentos de identidad de los empleados como garantía.
- Aceptar que los trabajadores hagan habitualmente horas extra sin comprobar que no sea por presiones externas, para pagar deudas o "gastos de contratación".
- Amenazar de cualquier forma a un empleado para que siga trabajando en el Grupo contra su voluntad.

## **Pautas para los Responsables de Compras del Grupo y la Región**

### **Qué debo hacer**

- Incluir el documento "Principios de Compras" en todos los contratos.
- Comprobar que las prácticas de las agencias de contratación y de trabajo temporal con las que trabaja el Grupo en sus centros, especialmente en los países con riesgo y para el caso concreto de los trabajadores inmigrantes, respeten la ley y sean equitativas (sin gastos para los trabajadores contratados, que el trabajador no tenga cuenta bancaria a través de la agencia, etc.).
- Identificar los países y las categorías de compras de mayor riesgo en materia de trabajo forzoso para complementar la localización de riesgos RSE de los proveedores y determinar la evaluación de documentos.
- Proponer un plan de actuación adaptado para los proveedores o sectores de compras de mayor riesgo.
- Hacer la [Línea ética](#) accesible a los proveedores y sus empleados. Dar a conocer el procedimiento de alerta a través del sitio web de compras.
- Identificar, en el caso de los proveedores de caucho natural, las zonas potencialmente expuestas al trabajo forzoso. Implantar planes de actuación para erradicarlo.
- Prestar atención a la situación de los empleados de los subcontratistas del Grupo cuando están en comisión de servicio en un centro del Grupo.

## Caso práctico

Es responsable de personal de una Dirección "país". Varios trabajadores, originarios de una región vecina, vienen a verle para informarle de que la agencia de contratación se ha quedado con sus documentos de identidad como "garantía financiera" del contrato de trabajo. ¿Qué debe hacer?

**Se trata de una práctica de trabajo forzoso.** Se pone en contacto con la agencia. Intenta encontrar soluciones para que la "deuda" de los empleados sea anulada. Evalúa la disposición de la agencia para modificar esas prácticas. En caso contrario, recurre a un proveedor más respetuoso con los derechos humanos. Se asegura de que los trabajadores hayan recuperado sus documentos. En el futuro, prestará más atención a la selección de sus socios.

## Seguridad - Protección de activos



Por "activos" de Michelin se entiende aquí tanto las personas como los bienes materiales, así como los conocimientos teóricos y prácticos. Proteger los activos es fundamental para el futuro del Grupo.

Todos somos responsables de la seguridad y la protección.

### Principios de actuación

Todos los empleados son responsables en el marco de sus funciones del buen uso y la protección de los activos materiales e inmateriales, así como de los recursos del Grupo.

**Se trata, por ejemplo, de las instalaciones industriales, los equipamientos, recursos financieros del Grupo, así como secretos comerciales, patentes y marcas.**

- Los activos y recursos deben ser utilizados de acuerdo con las necesidades del Grupo y en el marco fijado por las diferentes entidades.
- Los activos físicos y los documentos se clasifican según su importancia (*Nivel 1 - Importante, Nivel 2 - Grave, Nivel 3 - Bajo*).
- **Las informaciones clasificadas D1 y D2 solo deben compartirse con las personas que "necesitan saberlas".**
- Los mágnagers deben demostrar una conducta ejemplar.
- El conocimiento de las políticas de seguridad y de las obligaciones es fundamental para proteger los activos del Grupo.

### Medidas de seguridad

- **Los ordenadores portátiles deben protegerse** físicamente mediante cables de bloqueo y, en el aspecto lógico, utilizando Windows+L o CTR/ALT/DEL.
- Los empleados deben **clasificar los activos según su importancia en términos de Confidencialidad, Integridad y Disponibilidad.**
- Los empleados deben **cifrar los datos** sensibles (D1 y D2) y eliminar los activos físicos e informaciones electrónicas de forma segura.
- Los centros de Michelin utilizan sistemas de seguridad para proporcionar un entorno seguro y protector:

- comprobación del acceso al centro a las personas autorizadas a través del control electrónico de acceso;
- utilización de cámaras (en lugares autorizados) para identificar e investigar incidentes;
- protección mediante alarmas de zonas clasificadas.

### **Qué debo hacer**

- Bloquear mi ordenador portátil.
- Llevar mi tarjeta de identificación durante toda la jornada.
- Reservar los viajes a través de una agencia aprobada por el Grupo.
- Seguir todos los procedimientos de seguridad del centro.
- Garantizar la confidencialidad de los datos de Michelin y respetar los compromisos de privacidad respecto a la información de terceros.
- Tener presente que todos los activos y documentos del Grupo pertenecen a Michelin.

### **Qué no debo hacer**

- Dejar sin vigilancia los documentos confidenciales.
- Autorizar a una persona a acceder a los centros y zonas de seguridad con mi tarjeta de identificación.
- Dejar mi ordenador portátil sin protección (por ejemplo: en mi puesto de trabajo, en el hotel, en mi coche, etc.)
- Ignorar las reglas por razones de comodidad.
- Publicar informaciones sensibles o confidenciales (fotos de instalaciones, procedimientos) en redes sociales.
- Utilizar los recursos del Grupo con fines privados, excepto si se ha autorizado dicho uso con una política de mi Región o país.

## **Mi conducta en el trabajo**



Cada empleado de Michelin, con independencia del país en el que se encuentre, debe respetar personalmente los presentes **principios y prescripciones en materia de ética empresarial**.

Su incumplimiento puede conllevar la responsabilidad personal y acarrear sanciones disciplinarias y procedimientos judiciales civiles o penales.

Asimismo, el incumplimiento de estas prescripciones puede ser objeto de denuncia, de acuerdo con el [procedimiento de alerta y los enlaces que se indican aquí](#).

## Regalos e invitaciones



"Allí donde estamos implantados, estamos decididos a comportarnos como una Empresa responsable, honesta, respetuosa con las personas y las leyes..."

Charte Performance et Responsabilité Michelin (2002), Pratiquer nos valeurs, exercer nos responsabilités (Declaración Resultado y Responsabilidad Michelin (2002), Practicar nuestros valores, ejercer nuestras responsabilidades).

El Grupo no tolera ninguna forma de corrupción, ya sea pública o privada, activa o pasiva, directa o indirecta. El Grupo se compromete a gestionar sus asuntos con honestidad, a no tratar de forma abusiva a un socio comercial, un funcionario ni a ninguna otra persona física o jurídica.

En el ámbito de sus relaciones de negocios, el intercambio de regalos o invitaciones puede afectar a la independencia de criterio de los empleados en sus relaciones con socios externos. Del mismo modo, el Grupo tiene el compromiso de no aceptar obsequios ni invitaciones que pudieran dañar su reputación.

### Definiciones

**Los regalos o invitaciones que no sean razonables pueden considerarse como soborno.**

Las políticas del Grupo se aplican a los regalos e invitaciones:

- Dados o recibidos;
- Directamente por un empleado o indirectamente por un tercero representante del Grupo;
- Directamente a un empleado del Grupo o indirectamente a un familiar.

**Un representante tercero** es cualquier persona física o jurídica que actúe en nombre del Grupo. Por ejemplo: miembros de grupos de presión, abogados, representantes comerciales o intermediarios. Cualquiera de las acciones y decisiones inadecuadas de estos terceros podrían imputarse al Grupo. Su comportamiento debe estar en conformidad con este Código y con cualquier política aplicable a sus actividades.

### Principios de actuación

**Está prohibido que cualquier empleado o tercero que represente al Grupo acepte un regalo, una invitación o cualquier otro beneficio que pudiera influir en su criterio, imparcialidad o independencia y llevarle a no actuar en interés del Grupo.**

Todos los empleados y representantes terceros deben respetar la política del Grupo, así como la política de la Región (u otra) aplicable relativa a los regalos e invitaciones.

### Recibir un regalo o una invitación

Los empleados del Grupo y sus familiares, así como los representantes terceros de Michelin deben, en la medida de lo posible, rechazar los regalos e invitaciones de un proveedor, cliente o un tercero.

Un regalo o una invitación podría aceptarse si responde a cada uno de los criterios siguientes:

- Conforme con este Código y las políticas de regalos aplicables;
- De un valor razonable;
- Ocasional;
- Con una finalidad comercial legítima;
- Autorizado por una política específica o validado por un mánager y registrado en el Registro de regalos correspondiente\*.

En caso de duda, se recomienda rechazar el regalo con educación.

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

Los regalos e invitaciones que pudieran influir de forma inapropiada en el criterio profesional del destinatario están prohibidos.

Un regalo o una invitación podría ofrecerse si responde a cada uno de los criterios siguientes:

- Conforme con este Código y las políticas de regalos aplicables;
- De un valor razonable;
- Ocasional;
- Con una finalidad comercial legítima;
- Autorizado por una política específica o validado por un mánager y registrado en el Registro de regalos correspondiente\*.

En caso de duda, se recomienda no ofrecer regalos.

*\* En cada región debe haber un Registro de regalos. Los regalos, dados o recibidos, que no estén claramente autorizados por una política específica, pero que el management de Michelin puede considerar aceptable, se consignan en dicho Registro. Debe mencionarse: la naturaleza, el valor y el motivo del obsequio, así como la decisión tomada (rechazarlo, aceptarlo y después donarlo o compartirlo con el departamento, etc.)*

### **Qué debo hacer**

- Conocer y atenerme a la política de regalos e invitaciones aplicable a mis actividades profesionales.
- Explicar a los socios comerciales la política de regalos e invitaciones aplicable para evitar cualquier malentendido.
- Comentárselo a mi mánager y a la función jurídica en caso de duda.

### **Qué no debo hacer**

- Aceptar regalos e invitaciones que podrían influir en mi comportamiento en mis actividades profesionales.
- Dar o aceptar regalos o invitaciones de un valor no razonable.
- Dar o aceptar regalos o invitaciones sin informar a mis superiores.

## Caso práctico 1

*La política de regalos de su Región autoriza a los empleados a aceptar obsequios publicitarios de un valor inferior a un determinado importe. Un proveedor le regala, como comprador, una jarra de cristal personalizada con el logotipo cuyo valor podría ser superior al autorizado por la política. No quiere ofenderle... ¿Puede aceptar el regalo?*

**Sí.** Puede aceptar este regalo si lo utiliza únicamente en un marco profesional. Debe registrarlo en el Registro de regalos si su valor supera el límite autorizado en la política de regalos e invitaciones aplicable.

## Caso práctico 2

*Usted es Key Account Manager para X, un gran cliente. En los últimos seis meses, las relaciones comerciales se han deteriorado. El director de compras del cliente se lo ha mencionado. Le gustaría invitar al cliente a cenar en un restaurante con 2 estrellas Michelin para intentar mantener la cifra de negocio. ¿Está autorizada esta práctica?*

Debe consultar la política de regalos e invitaciones vigente en su país y hablarlo con su mánager. Si se permiten las comidas ocasionales y de un valor razonable, una cena en un restaurante con estrellas podría considerarse de un valor no razonable. En caso de duda, consulte a la función jurídica.

## Comercio internacional y control de exportaciones



El Grupo debe cumplir una gran cantidad de reglamentaciones y garantizar el respeto de todas las normas para el flujo de bienes, materiales e inmateriales.

### Contexto

El Grupo debe cumplir numerosas reglamentaciones:

- **Las reglamentaciones aduaneras** que ordenan la importación y exportación de todas las mercancías, con independencia de su naturaleza, origen, valor, utilización y modo de transporte.
- **Las reglamentaciones sobre el control de exportaciones** que limitan las transacciones con determinados países para productos, tecnologías, software o servicios. Debe prestarse especial atención a las tecnologías y productos de doble uso que se utilizan con fines civiles y militares.

El incumplimiento de estas reglamentaciones puede tener graves consecuencias para el Grupo: interrupción de determinados flujos, sanciones económicas, deterioro de su imagen y, en ciertos casos, conllevar la responsabilidad penal de los responsables de las infracciones.

### Valores y Principios de actuación

#### Valores

El Grupo debe garantizar el respeto de toda la normativa para el flujo de bienes, materiales e inmateriales.

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

Por ejemplo: certificaciones aduaneras de OEA (Operador Económico Autorizado) para Europa o C-TPAT (Customs Trade Partnership Against Terrorism), su equivalente en EE. UU., con los que el grupo se beneficia de unos procedimientos aduaneros simplificados y más seguros.

### **Principios de actuación**

**La función Aduanas y Control de exportaciones define las políticas para garantizar el respeto de todas estas reglamentaciones.**

Se apoya en la red regional y local para implantar dichas políticas en los diferentes procesos del Grupo.

**Cada empleado es responsable de que sus actividades respeten dichas reglamentaciones.**

### **Qué debo hacer**

- Contar sistemáticamente con la colaboración de los equipos de Aduanas y Control de las exportaciones en la implantación de un nuevo centro de producción industrial o comercial, de un nuevo flujo internacional o de cualquier operación que no esté dentro de los procesos estándar del Grupo.
- Seguir la formación interna sobre Control de exportaciones para identificar mejor las zonas de riesgo y tener buenos reflejos.
- Asegurarme de que se hayan incluido las cláusulas estándar sobre Control de exportaciones en los documentos contractuales con nuestros clientes.
- Respetar los estándares y normas del Grupo y, si es necesario, contactar con los equipos de Aduanas y Control de exportaciones en caso de dudas o preguntas de un proveedor, cliente, banco o cualquier socio respecto a las formalidades aduaneras o el Control de exportaciones.

### **Qué no debo hacer**

- Utilizar mi equipaje personal para transportar material profesional entre dos países sin consultar previamente a los equipos de Aduanas y Control de exportaciones.
- Otorgar poder a un agente de aduanas (para hacer una declaración aduanera de exportación o importación).
- Pagar a un agente de aduanas, transportista o cualquier otro socio para acelerar el paso de una frontera o una operación de despacho de aduana.
- Iniciar o participar en una transacción hacia un país prohibido por la política del Grupo.
- Ignorar las medidas de control de exportaciones con el pretexto de que los equipos militares no forman parte del perímetro de mi función.

### **Caso práctico 1**

*Un cliente le explica por teléfono que, para no pagar los derechos de aduana, solo hay que poner una nota manuscrita en la factura indicando el origen del producto. Dice que es lo que hace la competencia. ¿Qué hace usted?*

Se pone en contacto con los equipos de Aduanas. Cualquier petición cuyo objeto sea reducir los derechos aduaneros para importaciones (poner una nota en la factura, reducir el valor, incluido el de los envíos gratuitos,

modificar la descripción del producto, de su país de origen o de clasificación aduanera, etc.) debe validarse con los equipos de Aduanas.

## Caso práctico 2

*Usted está en contacto con un cliente potencial de un país prohibido por la política del Grupo. Este le propone hacer la transacción a través de un tercero de otro país para sortear la prohibición. ¿Qué debe hacer?*

Se pone en contacto con los equipos de Aduanas y Control de exportaciones. Incluso cuando se trate de un flujo indirecto, el control de exportaciones le puede afectar.

## Competencia leal



*"Estamos a favor de una competencia comercial leal, ejercida por todos los agentes del mercado dentro de la reglamentación del derecho de la competencia".*

Charte Performance et Responsabilité Michelin (2002), Pratiquer nos valeurs, exercer nos responsabilités (Declaración Resultado y Responsabilidad Michelin (2002), Practicar nuestros valores, ejercer nuestras responsabilidades).

### Definición

**El principio de competencia leal** rige el comportamiento de una empresa en relación con su entorno (clientes, proveedores y competencia).

La competencia leal contribuye a conseguir los intereses colectivos: favorecer mejores precios y servicios para los consumidores e impulsar la innovación.

La competencia leal es un principio reconocido en muchos países. Las autoridades vigilan que se respete mediante mecanismos legislativos y reglamentarios.

**Un comportamiento anticompetitivo** puede exponer al Grupo o a sus empleados a importantes sanciones: multas elevadas, reclamación de indemnizaciones, daños a la reputación e incluso penas de prisión. Estas sanciones se generalizan y endurecen en el ámbito internacional.

### Principios de actuación

El Grupo fomenta el respeto a sus empleados, clientes y, de forma general, a su entorno. La competencia leal es una de las aplicaciones concretas de dichos principios.

Para garantizar que los empleados cumplan las normas de competencia, Michelin ha implantado un **programa de conformidad**. Este mecanismo consta de principios y planes de actuación sobre los que las poblaciones sensibles (ventas y marketing) reciben formación. Estos empleados están sometidos a un control permanente, en particular por la función jurídica.

**El Grupo garantiza la efectividad del principio de competencia leal al excluir:**

- Cualquier acuerdo, conversación e intercambio de información con la competencia sobre datos comercialmente sensibles;



- Cualquier condición abusiva para sus clientes y proveedores;
- Cualquier acción que distorsione el libre juego de la competencia.

**El respeto de la competencia leal nos atañe a todos.** Todos los empleados deben demostrar un comportamiento ejemplar en sus relaciones con interlocutores externos.

### **Qué debo hacer**

- Adoptar un comportamiento respetuoso y equitativo con clientes y proveedores.
- Excluir cualquier contacto con la competencia (fuera de las conversaciones en un marco estructurado como pueden ser las asociaciones profesionales y los proyectos de adquisición).
- Respetar la obligación de confidencialidad.
- Adoptar, ante los clientes, un comportamiento adecuado a la posición del Grupo en su mercado (una cuota de mercado elevada conlleva una mayor responsabilidad de Michelin).
- Descartar cualquier medida punitiva (sanción, boicot) en caso de negociaciones comerciales insatisfactorias.

### **Qué no debo hacer**

- Fijar los precios e intercambiar datos comerciales sensibles con la competencia.
- Repartirse los mercados (productos, servicios o territorios) con la competencia.
- Imponer los precios de reventa de los clientes.
- Falsear las licitaciones.
- Facilitar un acuerdo o una conversación sobre precios entre clientes (p. ej., distribuidores).

### **Caso práctico 1**

*Un distribuidor cliente (A) le propone hablar del nivel de los precios de los neumáticos de turismo en el mercado. Se queja de la agresiva política de precios de otro distribuidor (B) que también es cliente de Michelin. Le pide que hable con B para que aumente sus precios y asegurarse así márgenes más elevados. ¿Es aceptable este tipo de propuesta?*

**No.** Si acepta la petición (pedir a B que aumente los precios), el Grupo cometerá una infracción ya que se le considerará "facilitador" de un cartel (acuerdo de fijación de precios de venta). Por lo tanto, debe explicarle que no puede intervenir en la política de precios de los clientes, que son libres de fijarlos.

### **Caso práctico 2**

*Usted representa a Michelin en una asociación profesional y participa en reuniones sobre temas de interés general para el sector. Estas reuniones están organizadas y nunca menciona temas comercialmente sensibles (precios, volúmenes, costes, etc.). Un miembro de la asociación, que trabaja en una empresa de la competencia, le propone ir a tomar algo con otros miembros/competidores. Dice que quiere conocerle mejor porque trabajan en lo mismo y, a fin de cuentas, comparten intereses. ¿Debe aceptar?*

**No.** Debe declinar la proposición y evitar cualquier conversación, aunque sea informal, con la competencia. Si la conversación culminara en un acuerdo comercial, el simple hecho de participar en este tipo de reunión puede conllevar una sanción (y multas) por parte de la autoridad.

## Evitar los conflictos de intereses



*"Deseamos prevenir la aparición de eventuales conflictos de intereses entre las responsabilidades de los miembros del personal en el seno de la Empresa y fuera de esta. Para ello, esperamos que nuestros empleados eviten actividades personales, financieras, comerciales o de otra índole que pudieran ser contrarias a los intereses legítimos del grupo Michelin o susceptibles de crear percepciones ambiguas, debido a las responsabilidades que ejercen en la Empresa".*

Charte Performance et Responsabilité Michelin (2002), Pratiquer nos valeurs, exercer nos responsabilités (Declaración Resultado y Responsabilidad Michelin (2002), Poner en práctica nuestros valores, ejercer nuestras responsabilidades).

### Definición

**Se produce un conflicto de intereses cuando el o los intereses personales de un empleado chocan con los intereses de la empresa.**

Los **intereses personales** pueden ser de tipo asociativo, benéfico, cultural, financiero, político, religioso, deportivo o por vínculos familiares, sentimentales o de amistad.

No hay una definición legal de conflicto de intereses en todos los países, sin embargo, estos comportamientos se suelen sancionar penalmente.

Puede tratarse de un **conflicto de intereses probado, potencial o aparente**:

- **Conflicto de intereses probado:** situación en la que un empleado tiene un interés personal que entra en conflicto con los intereses de Michelin y que influye en la realización de su misión dentro de la empresa.
- **Conflicto de intereses potencial:** situación en la que los intereses personales de un empleado pueden entrar en conflicto con los de Michelin; el empleado deberá velar para que el conflicto potencial no termine siendo real.
- **Conflicto de intereses aparente:** situación en la que puede percibirse que los intereses personales de un empleado dan lugar a un conflicto de intereses.

### Principios de actuación

**Los empleados deben informar a su mánager y/o al departamento de personal de cualquier situación de conflicto de intereses (real, aparente o potencial) para asegurarse de que la situación se conozca y gestione de conformidad con la política del Grupo.**

Todos los empleados deben estar especialmente atentos en caso de relaciones personales o familiares con una persona que trabaje para la competencia, un proveedor o un cliente del Grupo. Esta relación no es ilegal, pero no debe ir contra de los intereses de Michelin.

Cualquier situación que pueda suscitar dudas razonables sobre la imparcialidad, la lealtad hacia el Grupo y la honradez de un empleado, incluso equivocadamente, le expone a un riesgo de conflicto de intereses.

### **Qué debo hacer**

- Pedir consejo a mi mánager si mi situación personal (o la de mis allegados) es susceptible de presentar un conflicto de intereses a favor o en contra de los intereses de Michelin.
- Evitar favorecer a los amigos y conocidos en mis decisiones y actividades profesionales.
- Estar atento para que mis decisiones sean siempre justas e imparciales por el interés del Grupo.

### **Qué no debo hacer**

- Poseer o comprar bienes materiales o inmateriales para venderlos o alquilarlos a Michelin.
- Tomar una decisión sobre la base de los intereses financieros que yo pueda tener, de cualquier tipo, en una empresa comercial controlada por la competencia, proveedores o clientes de Michelin.
- Presionar o influenciar para que mi cónyuge, uno de mis progenitores o de mis hijos sea contratado por una empresa de la competencia, un proveedor o un cliente del Grupo.

### **Caso práctico 1**

*Se ha enterado de que su centro de producción industrial va a publicar pronto una licitación para seleccionar una empresa de limpieza. Su hija dirige una empresa local muy conocida y eficiente del sector. ¿Qué actitud debe adoptar respecto a su familia y el Grupo?*

Debe evitar mencionar esta licitación a sus allegados. Debe informar y hablar con su mánager sobre la existencia de esta relación que podría considerarse conflicto de intereses.

En ningún caso debe participar ni en la selección de proveedores para la licitación ni en su realización.

Presta atención porque incluso una mención casual de la actividad de su hija a un compañero que participe en la licitación podría interpretarse como conflicto de intereses.

### **Caso práctico 2**

*Su hijo está buscando trabajo y acaba de enviar el currículum a uno de sus principales clientes. Durante una conversación con el cliente, este menciona varias veces esta candidatura. ¿Qué hace?*

Debe informar a su mánager sobre esta situación y la relación de parentesco que podría interpretarse como conflicto de intereses en las relaciones con este cliente.

Junto a su mánager aclarará la situación ante el cliente para evitar cualquier tipo de presión, directa o indirecta.

## **Donativos a organizaciones benéficas y aportaciones a partidos políticos**



Michelin no hace aportaciones de carácter político.

El Grupo da prioridad a las acciones de tipo solidario que mejoran las comunidades y las personas con las que interactúa y en las que puede tener un impacto.

## **Definiciones**

**Las contribuciones a organizaciones benéficas** son aportaciones a una organización altruista, una obra de beneficencia o una fundación privada. Dichas donaciones pueden efectuarse en forma de efectivo, inmuebles, bienes, títulos mobiliarios o cualquier otro objeto de valor.

**Las contribuciones a partidos políticos** consisten en la financiación, en forma de fondos o recursos, a partidos políticos, candidatos a un cargo público o political action committees (PACs - *comités de acción política de Estados Unidos*).

## **Principios de actuación**

Michelin no hace aportaciones de carácter político.

El Grupo cree que puede manifestar legítimamente su punto de vista, con total integridad, explicando a los responsables públicos de la toma de decisiones las posturas que considera debe adoptar sobre las cuestiones de interés para el Grupo. Estas conversaciones se mantienen dentro del respeto de los principios de honestidad e interés de las partes interesadas, tales como accionistas, clientes, socios y empleados de la jurisdicción correspondiente (país, provincia, estado, ciudad, etc.).

Las contribuciones a organizaciones benéficas están prohibidas a menos que:

- Estén autorizadas por todas las leyes aplicables;
- Hayan tenido la difusión pública conforme con la ley aplicable;
- Estén autorizadas por una política escrita de la Región, del Grupo o la Entidad (por ejemplo, la política de regalos e invitaciones), o hayan sido autorizadas específicamente, por escrito y con antelación, por el director de la Región.

Está estrictamente prohibido que terceros (como, por ejemplo, representantes, intermediarios o consultores externos) hagan contribuciones en nombre del Grupo.

Debido a su objeto social, la [Fundación empresarial Michelin](#) está sometida a otras obligaciones de gobernanza e información que no se recogen en este Código.

## **Qué debo hacer**

- Asegurarme previamente de que la contribución benéfica de una entidad del Grupo sea conforme con este Código y la ley aplicable.
- En caso de duda, comentárselo a mi mánager, portavoz de ética regional/país o a la función jurídica.

## **Qué no debo hacer**

- Utilizar los fondos o recursos del Grupo para hacer una contribución política o hacer una contribución

política en nombre del Grupo.

- Difundir eslóganes a favor de un candidato político en los centros de trabajo del Grupo.
- Hacer una contribución benéfica puede vincularse con un soborno. En caso de duda, consulte este Código, los apartados [Regalos e invitaciones](#), [Lucha contra la corrupción](#), y/o me dirijo a la función jurídica.

### Caso práctico 1

*Usted forma parte del equipo de dirección de una fábrica que tiene un importante impacto económico en las inmediaciones. Durante una campaña electoral para la renovación de mandato, la titular del cargo se pone en contacto con usted. Le gustaría organizar una visita a la fábrica en presencia de los medios de comunicación locales para anunciar la puesta en marcha de un proyecto de ley favorable a la industria (también para Michelin). ¿Cómo reaccionar?*

Michelin autoriza las visitas a las instalaciones para que los cargos electos puedan informarse sobre sus operaciones. No obstante, estas visitas se evitan durante las campañas políticas. Debe ponerse inmediatamente en contacto con el equipo de relaciones institucionales, portavoz de ética o la función jurídica y seguir sus consejos y consignas antes de responder a la solicitud.

### Caso práctico 2

*Usted opina que su centro debería apoyar un acto local de recaudación de fondos para una organización benéfica que trabaja a favor de la comunidad. ¿A quién debería contactar para estudiar esta posibilidad?*

Debe ponerse en contacto con el departamento de relaciones institucionales.

## Prevenir el delito de información privilegiada

*"La Empresa pide a todos los empleados que por su actividad profesional tuvieran acceso a información confidencial que pudiera influir en la cotización en bolsa de los títulos de una sociedad del Grupo, se abstuvieran de comunicar dicha información, comprar o vender acciones u otros títulos de la sociedad en cuestión o de hacerlo por medio de un tercero. Se trata tanto de ser conforme a la ley, como de una muestra de respeto e igualdad ante los otros accionistas".*

Charte Performance et Responsabilité Michelin (2002), Pratiquer nos valeurs, exercer nos responsabilités (Declaración Resultado y Responsabilidad Michelin (2002), Practicar nuestros valores, ejercer nuestras responsabilidades).

### Contexto y Definiciones

Al ser Michelin un grupo que cotiza en la Bolsa, el reglamento europeo impone a los dirigentes, empleados y socios obligaciones especialmente estrictas para la prevención de los abusos de mercado.

**Ningún empleado ni socio empresarial debe obtener beneficios por la compraventa de acciones de una empresa cotizada gracias a la información privilegiada.**

Se considera "**iniciada**" a cualquier persona que posea información privilegiada debido al ejercicio de sus funciones o por estar preparando una determinada operación.

Una "**Información privilegiada**" es una información no publicada, precisa, susceptible de influir en la cotización bursátil del Grupo antes de que se haga pública.

### **Principios de actuación**

El reglamento europeo y la ley penal francesa que sancionan los delitos contra las leyes sobre los valores mobiliarios son aplicables a cualquier persona física o jurídica, con independencia de su nacionalidad y país de residencia. Toda infracción de las reglas relativas a los delitos de información privilegiada puede estar sujeta a importantes sanciones (multas o penas de prisión).

Las reglas sobre abuso de mercado, así como las medidas adoptadas por Michelin, se especifican en la **Declaración de Deontología Bursátil**.

Para prevenir el delito de información privilegiada, el Grupo debe mantener y actualizar una lista de personas con acceso ocasional a la Información privilegiada.

- Para cada situación o proyecto considerado como información privilegiada, el Grupo ha creado una **lista específica de personas** con información privilegiada. El Grupo se asegura con antelación de que estas personas o terceros conozcan sus obligaciones y las sanciones aplicables en caso de infracción de las reglas.
- Para las personas que tienen responsabilidades de dirección y personas en situación equivalente, susceptibles de tener acceso por su cargo a la información privilegiada, el Grupo ha implantado periodos anuales de abstención, denominados "**periodos cerrados**". Estas personas deben abstenerse de realizar operaciones con las acciones del Grupo durante dichos periodos. El Grupo se asegura de que estas personas conozcan sus obligaciones, el calendario que deben respetar y las sanciones aplicables en caso de infracción de las reglas.

### **Qué debo hacer**

- Abstenerme de realizar operaciones con las acciones del Grupo en caso de figurar en una lista de personas con acceso puntual a información privilegiada o en la lista de personas sometidas a "periodos cerrados".
- Consultar al [responsable de cumplimiento](#) en caso de duda sobre mi situación como persona con acceso a información privilegiada. El responsable de cumplimiento se ocupa de los asuntos de "Derecho de sociedades" en la Dirección Corporativa Jurídica.

### **Qué no debo hacer**

- Hacer caso omiso de una notificación que me informe sobre mi inclusión en una de las listas de personas con acceso a información privilegiada.
- Comprar o vender acciones de una sociedad cotizada en bolsa como poseedor de información confidencial que podría influir de forma significativa en su cotización en Bolsa.
- Comprar acciones de una empresa cuando conozco las relaciones comerciales que mantiene el Grupo con la misma que podrían influir en el valor de la empresa.

## Caso práctico

*Usted es empleado-accionista del Grupo gracias al plan de accionariado para empleados BIB'Action. Acaba de enterarse por un "rumor interno" de que el Grupo va a publicar próximamente unos malos resultados. No obstante, quiere vender las acciones de Michelin que tiene desde hace más de 5 años\* para financiar la compra de un vehículo nuevo. ¿Puede hacer esta operación?*

*\* Las acciones procedentes de los planes de accionariado para empleados del Grupo están "bloqueadas" durante 5 años.*

**No.** El rumor interno que le han contado es, efectivamente, una información importante que puede afectar a la cotización de las acciones de Michelin en la bolsa. Como empleado-accionista del Grupo, muy probablemente se considere que tiene acceso a información privilegiada, por ello debe abstenerse de realizar transacciones, aun cuando antes de oír este rumor no tuviera ninguna prohibición en particular. Por lo tanto, no puede ni comprar ni vender acciones de Michelin hasta que la información se haga pública mediante un comunicado de prensa.

## Lucha contra el fraude



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

El fraude y la deshonestidad, así como cualquier comportamiento penalmente sancionable, están estrictamente prohibidos en Michelin, pudiendo conllevar la responsabilidad civil o penal del empleado. Cualquier caso de fraude demostrado será objeto de sanción disciplinaria de acuerdo con las leyes locales aplicables.

Es imprescindible vigilar atentamente la transferencia externa de datos sensibles que podrían permitir a un tercero cometer fraude.

### Definición

**El fraude es un acto voluntario e intencionado de deshonestidad, engaño o abuso de confianza cometido para obtener ilegalmente un beneficio económico o de otro tipo**, ya sea para un empleado del Grupo o que beneficie a un tercero o a una empresa ajena al Grupo. Hay varias categorías de fraude:

- Apropiación indebida de activos: bienes y monetarios;
- Corrupción, tanto activa como pasiva;
- Falsificación de estados financieros.

El fraude puede cometerlo un empleado que trabaje para el Grupo. También puede realizarlo una persona u organización ajena al Grupo.

### Principios de actuación

El fomento de una cultura de integridad a todos los niveles del Grupo (mensajes claros de los managers sobre los comportamientos esperados y tolerancia cero) y la implantación de procedimientos eficaces de control de riesgos limitan el peligro de fraude.

Michelin ha implantado un mecanismo de control interno en todas las sociedades del Grupo.

Este mecanismo se apoya en medios, comportamientos, procedimientos y planes de actuación adaptados a las características propias de cada empresa para:

- Contribuir al control de las actividades, a la eficacia de las operaciones y a la utilización eficiente de los recursos
- Tener en cuenta adecuadamente los riesgos importantes, ya sean operativos, financieros o de conformidad.

En particular, este mecanismo tiene por objeto garantizar:

- El cumplimiento de las leyes y reglamentos;
- La aplicación de instrucciones y orientaciones establecidas por las Direcciones Corporativas o el management del Grupo;
- El buen funcionamiento de los procesos internos del Grupo, especialmente los que contribuyen a proteger sus activos;
- La fiabilidad de la información financiera.

**El mánager es un elemento fundamental de este dispositivo:**

- Desarrolla una cultura de integridad en su equipo;
- Comunica los principios fundamentales del Grupo;
- Está atento a los riesgos de fraude que puedan surgir en su Entidad;
- Sanciona al empleado defraudador una vez demostrado el fraude.

## **Qué debo hacer**

### **Para prevenir el fraude**

- Conocer y respetar las reglas de control interno definidas en mi Entidad, en particular las relativas a la separación de tareas.
- Definir e implantar acciones correctivas cuando se detecte una deficiencia en el control.
- Reservar las herramientas y recursos entregados por el Grupo (tarjeta bancaria, ordenador, herramientas) al uso profesional, excepción hecha de los casos específicamente autorizados por una política de mi Región o país.
- Indicar a mi mánager cualquier petición urgente de modificación o comunicación de información sensible.
- Alertar a mi mánager sobre las dificultades recurrentes para aplicar un procedimiento.

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

- Alertar a mi mánager o contactar con la [Línea ética de Michelin](#).
- Implicar sistemáticamente al Comité Ético del país, única entidad autorizada a realizar las investigaciones, "comite-etico.mepsa@michelin.com".



### **Una vez demostrado el fraude**

- Identificar los posibles puntos débiles del mecanismo de control y corregirlos.
- Alertar a mis superiores sobre el mecanismo de fraude para evitar que se reproduzca en otras Entidades.
- Sancionar al empleado defraudador tras consultar al servicio de personal.

### **Qué no debo hacer**

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

- Eludir un procedimiento porque todo el mundo lo hace.
- Comunicar a terceros las contraseñas de acceso a los sistemas de información.

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

- Intentar hacer una investigación por mi cuenta.

### **Caso práctico 1**

*Un proveedor le pide que pague urgentemente una factura a una nueva cuenta bancaria cuyos datos adjunta. ¿Qué debe hacer?*

Se han cometido muchos fraudes por parte de personas que suplantan la identidad de un proveedor.

Informe a su mánager. Siga el proceso del Servicio de compras para que confirme la solicitud.

### **Caso práctico 2**

*Usted es el único destinatario de un correo electrónico firmado por un dirigente de Michelin en el que se piden datos sensibles. ¿Debe responder?*

Una petición insólita, aunque sea interna, puede indicar un intento de fraude por suplantación de identidad. Traslade la petición al Comité Ético del país para estar seguro de los pasos a seguir, "comite-etico.mepsa@michelin.com".

### **Caso práctico 3**

*Su mánager le pide que aplase la contabilización de un gasto al ejercicio contable del año siguiente (por ejemplo, el valor de un stock invendible o inutilizable que va a ser destruido). ¿Qué debe hacer?*

Debe negarse y recordar a su mánager los procedimientos y reglas contables del Grupo. Si su mánager insiste, póngase en contacto con su mánager funcional. Si la situación no cambia, debe denunciarlo en la [Línea ética](#).

## Lucha contra la corrupción



"Sea cual sea el país donde operamos, nos oponemos frontalmente a toda forma de corrupción con cualquier instancia, sea esta pública o privada. Nos oponemos a toda remuneración en favor de un tercero que no corresponda a un servicio real, por un importe justificado y debidamente registrado en nuestras cuentas..."

Charte Performance et Responsabilité Michelin (2002), Pratiquer nos valeurs, exercer nos responsabilités (Declaración Resultado y Responsabilidad Michelin (2002), Poner en práctica nuestros valores, ejercer nuestras responsabilidades).

El Grupo quiere preservar y desarrollar su reputación de honestidad e integridad. La corrupción y el tráfico de influencias destruyen la confianza en una organización. Sin esta confianza, los valores fundamentales del Grupo no son respetados.

### Ámbito de aplicación

Como empresa cuya matriz cotiza en la Bolsa de París (Francia), las actividades del Grupo en todo el mundo están sujetas a la legislación francesa en materia de corrupción y tráfico de influencias y, especialmente, a la obligación de adoptar determinadas medidas de lucha contra la corrupción.

Este Código es aplicable a las actividades de Michelin en Francia y en todos los países donde esté establecida. El derecho local vigente en cada país donde realizamos actividades puede ser más estricto que este Código. En ese caso, las leyes anticorrupción del país prevalecerán en el mismo.

Cada empleado es responsable, junto con la función Jurídica, de entender bien el alcance de tales excepciones.

### Definiciones

**Corrupción pública** designa el hecho de ofrecer un regalo o un beneficio de cualquier tipo a un funcionario público para sí mismo o para un tercero, directa o indirectamente con el objeto de que realice o se abstenga de realizar un acto que le compete. Esta práctica ilegal es un acto de **corrupción activa**.

La aceptación o petición por parte de un funcionario público de dicha propuesta u oferta es un acto de **corrupción pasiva**.

**Corrupción privada** designa el hecho de ofrecer un regalo o un beneficio de cualquier tipo a alguien que trabaja en el sector privado para sí mismo o para un tercero, directa o indirectamente con el objeto de que realice o se abstenga de realizar un acto que le compete. Esta práctica ilegal es un acto de **corrupción activa**.

La aceptación o petición por parte de una persona que trabaja en el sector privado de dicha propuesta u oferta es un acto de **corrupción pasiva**.

**El tráfico de influencias activo** designa el hecho de proponer, directa o indirectamente, a una entidad pública o privada con influencia (real o supuesta) una dádiva o un beneficio de cualquier tipo a cambio de que ejerza su influencia para obtener de una autoridad o administración pública una decisión favorable (prerrogativa, trabajos, mercados).

La aceptación o petición por parte de una entidad pública o privada de dicha propuesta u oferta es un acto de **tráfico de influencias pasivo**.

## **Principios de actuación**

El Grupo tiene una política de tolerancia cero con la corrupción y el tráfico de influencias, con independencia del tipo de corrupción o tráfico de influencias que se cometa, ya sea público o privado, activo o pasivo, directo o indirecto. Cualquier acto o intento de acto de corrupción o tráfico de influencias podría exponer (a) al empleado a sanciones disciplinarias, (b) al empleado y al Grupo a multas y/o acciones judiciales –incluso penales– y podría dañar la reputación e integridad del Grupo.

Michelin es contrario al soborno (dinero u obsequios entregados ilegalmente) o cualquier otro pago ilícito, directamente o a través de un intermediario, a funcionarios, miembros del gobierno o cualquier otro agente público, así como a cualquier particular o entidad de derecho privado, sea del tipo que sea.

Ningún empleado será sancionado por las consecuencias que pueda tener negarse a que Michelin entregue un soborno.

### **Terceros que actúen en nombre de Michelin**

Hay que ser prudentes cuando se recurra a terceros que representen o actúen por cuenta de una Entidad del Grupo, como representantes, intermediarios, consultores externos, o un cliente que actúe en esa calidad.

Los contratos formalizados con terceros que actúen en nombre o representación de Michelin, o con personas en contacto con los organismos de la administración o el gobierno en nombre de Michelin, deben hacerse por escrito y contener cláusulas anticorrupción. La duración de estos contratos debe ser limitada, para que así el riesgo de corrupción pueda reevaluarse con frecuencia, y que el contrato pueda someterse a licitación de manera regular.

La remuneración por sus servicios debe:

- Corresponder a importes razonables, proporcionados a la tarea asignadas, identificables y comparables a los estándares del mercado.
- Contabilizarse correctamente, entregarse como contrapartida a los servicios realmente prestados y conformes a las prácticas de Michelin en materia de gastos autorizados y a sus reglas contables.

Hay que consultar a la función jurídica las remuneraciones admisibles de conformidad con las prácticas anticorrupción del Grupo y la legislación aplicable.

### **Qué debo hacer**

- Rechazar cualquier petición u oferta de soborno o de pago ilícito. Denunciarlo inmediatamente a la función jurídica y en la [Línea ética](#).
- Atenerme a la política de regalos e invitaciones aplicable.
- Seguir la formación obligatoria sobre anticorrupción.

### **Qué no debo hacer**

#### **Personalmente o a través de un tercero**

- Dar o recibir, ofrecer o solicitar sobornos o pagos ilícitos, ni ceder a este tipo de peticiones u ofrecimientos.

- Ofrecer un obsequio o un beneficio a un agente, ya sea público o privado, por cuenta propia a fin de:
  - influir en una decisión administrativa o profesional;
  - obtener o conservar mercados, asociaciones comerciales;
  - conseguir cualquier beneficio para el Grupo.
- Proponer o ceder a una petición de ofertas, promesas, dádivas, regalos o beneficios de cualquier tipo a una persona para que esta abuse de su influencia real o supuesta ante un agente público.

### **Caso práctico 1**

*Usted es representante de ventas. Un cliente le contacta para negociar el reembolso de un producto en garantía (reembolso por reclamaciones en garantías no resueltas). El cliente le dice que está dispuesto a compartir con usted los beneficios de este reembolso "como de costumbre, según lo habitual con su predecesor". ¿Está autorizada esta práctica?*

**No.** En primer lugar, debe rechazar la oferta con educación. A continuación, debe ponerse en contacto con la función jurídica o denunciar la situación a través de la [Línea ética](#). De tal manera que se investigue el caso actual y los anteriores.

### **Caso práctico 2**

*En una reunión con el representante de un organismo público cliente en un país conocido por su riesgo de corrupción, el representante del cliente exige una gratificación para "garantizar la renovación del contrato de venta". Usted responde que no le está permitido acceder a una petición de ese tipo. Su interlocutor se enfada y le amenaza. ¿Hay que ceder a la petición?*

**No.** Al principio intenta apaciguarle para garantizar que no derive en un problema de seguridad. No se ponga en peligro. Después debe denunciar la situación a su superior jerárquico o a la función jurídica. Denuncia el hecho en la [Línea ética](#).

Se recomienda que asistan siempre dos representantes del Grupo a cualquier reunión organizada con autoridades locales.

### **Caso práctico 3**

*Como comprador, usted es responsable de las licitaciones. Un posible proveedor le ofrece sus servicios a título personal a cambio de que le adjudique el mercado. ¿Puede aceptarlo?*

**No.** Rechaza la oferta con educación. Informa inmediatamente a la función jurídica. Denuncia el hecho en la [Línea ética](#).

### **Caso práctico 4**

*Usted es representante de ventas. Un antiguo funcionario del gobierno del país se pone en contacto con usted y le ofrece sus servicios "para garantizar que Michelin gane" una licitación que acaba de anunciarse. Se trata de un importante contrato que supondría un auténtico triunfo para el Grupo y que le aseguraría conseguir sus objetivos personales de crecimiento en ese sector. ¿Qué debe hacer?*

Negarse a reunirse con el funcionario y ponerse inmediatamente en contacto con su mánager y la función jurídica. El hecho de que el antiguo funcionario pretenda garantizar la selección de Michelin para el contrato es un "**red flag**" (factor agravante del riesgo) que podría indicar que el funcionario abusará de su influencia entre sus antiguos colegas. Denuncia el hecho de un posible ofrecimiento de tráfico de influencias en la [Línea ética](#).

## Protección de la Vida privada y los Datos personales



Michelin cree firmemente que la protección de los datos personales constituye un factor de confianza en sus relaciones con las partes interesadas. El Grupo se compromete a recopilar y tratar tan solo aquellos datos necesarios para sus actividades.

### *Definición y contexto*

**Un dato personal es una información que permite identificar directa o indirectamente a una persona física.**

Esto incluye, por ejemplo:

- para la **identificación directa** de una persona: una foto o datos sobre su estado civil (nombre, apellidos...);
- para la **identificación indirecta**: un número único de identificación (matrícula, identificador de Michelin, número de teléfono móvil) o informaciones combinadas (sexo, edad, profesión, lugar de residencia, etc.).

Estos datos personales deben protegerse.

El número de reglamentos de protección de la vida privada y los datos personales ha aumentado notablemente en todo el mundo en los últimos años. En muchos países, el **incumplimiento de los reglamentos está sujeto a sanciones económicas cuantiosas (que se suelen publicar en prensa), e incluso a sanciones penales.**

### *Principios de actuación*

Los datos personales de empleados, clientes, proveedores, accionistas, socios o subcontratistas deben tratarse de acuerdo con las leyes y reglamentos, así como con las directivas del Grupo aplicables en materia de protección de datos personales.

**El Grupo se compromete a recopilar y tratar tan solo aquellos datos necesarios para sus actividades.**

Los datos personales no pueden comunicarse a terceros, excepto cuando sea necesario y la ley lo permita.

Por otra parte, Michelin cree firmemente que la protección de los datos constituye una gran ventaja competitiva y un factor de confianza en sus relaciones con las partes interesadas.

**La protección de datos personales solo puede garantizarse si todos colaboramos.**

### *Qué debo hacer*

- Recopilar y manejar únicamente los datos personales necesarios con la finalidad prevista. Asegurarme de que la finalidad sea legítima y esté claramente definida.

- Asegurarme de que la recogida y el uso de los datos personales sea conforme con la información transmitida a los interesados; si es necesario, me aseguro de obtener el consentimiento del interesado para la recogida y el uso de sus datos.
- Introducir en los campos de comentarios libres únicamente comentarios pertinentes, adecuados y no excesivos; preguntarme si no me incomodaría hacer ese comentario a la persona a quien va dirigido.
- Destruir o corregir los datos inexactos o incompletos y respetar los derechos que las personas tienen sobre sus datos.
- Transmitir los datos personales exclusivamente a los destinatarios internos habilitados y que tengan una necesidad legítima de conocerlos.
- Transmitir los datos personales al exterior solamente en caso de obligación legal o a empresas que hayan establecido un acuerdo con el Grupo.
- Leer y respetar todos los compromisos aplicables dentro del Grupo en caso de acceso autorizado a los datos procedentes de otros países o de transferencias internacionales; estos documentos están accesibles en la intranet (por ejemplo, las normas corporativas vinculantes, "BCR" por sus siglas en inglés).
- Garantizar la seguridad y confidencialidad de los datos personales, por ejemplo, respetando las reglas de seguridad del Grupo durante su transmisión (es decir, cifrando el archivo de los datos).
- Informar al CERT Michelin (*Computer Emergency Response Team - equipo responsable de la gestión de incidentes de seguridad informática*) de acuerdo con el procedimiento aplicable en caso de violación de los datos (pérdida de información, acceso no autorizado, publicación no autorizada, etc.).
- Seguir cursos de formación periódicamente si las funciones desempeñadas requieren el tratamiento de datos personales. Conocer el marco aplicable a mi actividad.

### **Qué no debo hacer**

- Recopilar los datos personales sin el consentimiento del interesado.
- Recopilar informaciones consideradas "sensibles" (estado de salud, preferencia sexual, opiniones políticas, convicciones religiosas, origen racial o étnico) sin el consentimiento del interesado o solo si la ley obliga a ello.
- Permitir el acceso a los datos personales a una persona situada en otro país sin haber consultado a la función jurídica.
- Conservar los datos personales más tiempo del necesario para la finalidad que se persigue.

### **Caso práctico 1**

*Usted forma parte de un equipo de comerciales y le gustaría establecer relaciones de proximidad con los clientes. Querría introducir algunos detalles sobre su vida privada en la herramienta de gestión de clientes del Grupo. De esta forma, la persona que le sustituya tendrá acceso a estos datos en su ausencia. ¿Está autorizada esta práctica?*

**No.** Solo se pueden recopilar datos fácticos relacionados con el ámbito profesional. Además, la recogida de ciertas informaciones sensibles (estado de salud, religión...) está estrictamente prohibida. Recuerde que el cliente puede solicitar el acceso a sus datos personales.

## Caso práctico 2

Un compañero ha tenido un accidente de trabajo. A usted le gustaría hablar de esta experiencia en todos los centros de producción industrial. Transmite los datos siguientes: Ronan A, monitor, centro de producción de Vannes, así como los detalles de las heridas y el contexto del accidente. Solo dice el nombre propio del compañero, ¿es esto conforme al reglamento?

Debe plantearse las preguntas siguientes:

1. **¿El objetivo es legítimo?**

**Sí.** Se trata de mejorar la seguridad de los empleados hablando de esta experiencia.

2. **¿Son indispensables todos esos datos?**

**No.** El centro de producción, el puesto y el nombre propio no son útiles para hablar sobre el accidente.

Por otra parte, para "anonimizar" los datos personales, hay que preguntarse siempre: ¿puedo identificar a esta persona a partir de los datos ofrecidos? Sin embargo, al decir el centro de producción, el puesto y el nombre, estaría dando suficientes datos para poder identificar a esa persona.

## Relaciones con los proveedores



Michelin da una gran importancia a las relaciones con sus proveedores.

Para conocer todas las pautas, casos prácticos y comportamientos esperados, le invitamos a leer el [Código de conducta en las relaciones con los proveedores](#) y a seguir la [formación "on line"](#) correspondiente.

## Respeto de las leyes y normas



*"Asegurar el respeto continuo de las normas y de la cultura de los países en los que operamos... Allí donde estamos implantados, estamos decididos a comportarnos como una Empresa responsable, honesta, respetuosa con las personas y las leyes..."*

Charte Performance et Responsabilité Michelin (2002), Pratiquer nos valeurs, exercer nos responsabilités (Declaración Resultado y Responsabilidad Michelin (2002), Practicar nuestros valores, ejercer nuestras responsabilidades).

Michelin se compromete a respetar plenamente las leyes y reglamentos aplicables en todas sus actividades. Cada empleado es responsable de respetar la letra y el espíritu de estas leyes.

### Contexto

En todo el mundo, los gobiernos promulgan leyes y reglamentos con distintos ámbitos de aplicación: país, ciudad, comarca o provincia. Algunas leyes y reglamentos tienen un alcance extraterritorial.

En algunos de los temas tratados, el derecho local puede ser más estricto que este Código. En ese caso, prevalecerán las leyes locales aplicables. Por el contrario, en el caso de que este Código sea más estricto que el derecho local, el Código prevalecerá.

### **Principios de actuación**

El Grupo no espera que sus empleados sean expertos en derecho. No obstante, cada uno es personalmente responsable de informarse sobre las leyes y reglamentos aplicables a sus misiones y de respetarlos. La función jurídica ayudará a todos los empleados a actuar en conformidad con los principios reglamentarios.

Asimismo, los empleados deben saber cuándo es necesario pedir consejo a la función jurídica.

### **Qué debo hacer**

- Informarme sobre las leyes aplicables a mis actividades profesionales consultando, en caso necesario, a la función jurídica.
- Respetar la ley y los reglamentos vigentes.
- En el caso de que este Código sea más estricto que el derecho aplicable, respetar el Código.

### **Qué no debo hacer**

- Actuar sin consultar a la función jurídica en caso de duda o ante una situación desconocida.

### **Caso práctico 1**

*Le gustaría hacer un obsequio a los funcionarios con los que se reúne frecuentemente por motivos de trabajo. Esta costumbre, con motivo de una festividad importante, es completamente legítima en ese país. ¿Cuál es el procedimiento a seguir?*

Debe consultar la política de regalos e invitaciones aplicable y hablarlo con la función jurídica. También debe asegurarse de que esa costumbre sea conforme con la política local, con este Código y las leyes francesas anticorrupción, que se aplica a las actividades del Grupo en todo el mundo.

### **Caso práctico 2**

*Acaba de aceptar un puesto en un nuevo oficio. Debido a una importante carga de trabajo, no tiene tiempo para hacer la formación jurídica obligatorio para ese puesto. ¿Es esto conforme con los principios del Grupo?*

**No.** Debe encontrar tiempo para hacer la formación.

## **Mis comunicaciones con el exterior**



Una comunicación sincera, la voluntad de mantener siempre un diálogo constructivo, saber escuchar y estar sistemáticamente atentos a las necesidades de las personas son exigencias en las que se basa la confianza puesta en el grupo Michelin.



**El respeto a los hechos** es la piedra angular de los otros cuatro valores fundamentales de respeto del Grupo (respeto a los clientes, a los empleados, a los accionistas y al medioambiente).

## Redes sociales

En el marco de sus actividades en redes sociales, los empleados deben velar para que no haya confusión entre sus opiniones e intereses personales y la postura del Grupo.

Es importante mostrarse respetuoso con los compañeros, socios, clientes y la competencia cuando se utilicen las redes sociales.

El control de las comunicaciones en redes sociales es, en este contexto, un desafío clave para Michelin.

### **Contexto**

Las redes sociales (Facebook, LinkedIn, blogs, foros, etc.) ofrecen a los empleados la oportunidad de expresarse, informarse y compartir datos con compañeros, clientes o socios.

En este contexto, todos debemos actuar de forma responsable para proteger la imagen y la reputación del Grupo.

### **Principios de actuación**

El equipo de "redes sociales" de la Digital & Social Room/DCEM supervisa el uso de las redes sociales por cuenta del grupo Michelin.

**Hay una guía de "Buenas prácticas y directivas para los empleados" para orientarles en la utilización de las redes sociales con fines privados.**

A la hora de expresar su opinión, **cada uno debe comprometerse a proteger la reputación del Grupo, la imagen de marca y no divulgar información confidencial.**

Nota: las únicas personas autorizadas a hablar en nombre de Michelin en las redes sociales cuentan con la autorización previa del Departamento de Comunicación y Marcas de cada Entidad. Para cualquier pregunta, ponte en contacto con el Social media Manager de tu región/país o con la corresponsal para Redes Sociales de DCEM.

### **Qué debo hacer**

- Configurar con mi dirección de correo electrónico personal cualquier cuenta de uso personal.
- Mencionar que los comentarios se escriben y publican a título personal y/o solo mencionan datos personales en mi biografía/perfil.
- Decir que trabajas en Michelin para cualquier comentario relativo a Michelin o sus actividades, incluso si el comentario se hace a título personal.
- Denunciar cualquier cuenta falsa ante la Digital & Social Room/DCEM. El Grupo ha sido a veces víctima de suplantación de identidad.

## Qué no debo hacer

- Incluir el logotipo del Grupo en mi identidad visual para evitar confusiones.
- Incluir el nombre del grupo Michelin en mi nombre de usuario.
- Hacer referencia a socios, clientes o proveedores sin su autorización.
- Revelar datos confidenciales que no me pertenecen.

## Caso práctico 1

*Usted está trabajando en un nuevo proyecto confidencial de red de distribución. Un compañero le propone crear un grupo en LinkedIn para intercambiar y compartir documentos. ¿Es posible?*

**No.** Debe negarse, porque los documentos internos del Grupo no pueden intercambiarse en redes sociales. Debe proponer intercambiarlos a través de la herramienta interna del Grupo para facilitar el trabajo en colaboración.

## Caso práctico 2

*Usted ha hecho fotos en la fiesta de despedida de uno de sus compañeros. Desea publicarlas en su página de Facebook, ¿está autorizado a hacerlo?*

**No.** Debe pedir autorización a las personas interesadas para respetar el derecho de imagen. Antes de publicar nada debe plantearse el riesgo potencial de dañar su reputación, así como la de otras personas, físicas o jurídicas.

## Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC)

OSC

En cualquier lugar en el que está presente, el Grupo actúa en armonía con la sociedad que le rodea. El diálogo con los interlocutores afectados, como las OSC, es fuente de riqueza, creatividad y cohesión.

### Contexto

Las organizaciones de la sociedad civil (OSC) son las **estructuras formales** (p. ej.: ONG) o **informales** (p. ej.: expertos, líderes de opinión) **que manifiestan las expectativas de la sociedad en el ámbito social o medioambiental**. Actúan por el interés general.

Su capacidad de influir no deja de crecer. Gozan de auténtica legitimidad entre la opinión pública.

### Funciones y principios

El Grupo ha creado, dentro del departamento de Relaciones Institucionales (AP), el cargo de responsable de diálogo con las OSC a nivel mundial.

Este cargo se apoya en la red de responsables de AP (Relaciones Institucionales) regionales o nacionales.

Juntos, establecen la cartografía de los asuntos de riesgo (asuntos sobre los que se debate en la sociedad) e identifican los "adecuados" interlocutores en la sociedad civil para establecer un diálogo constructivo.

Un "buen interlocutor" no es necesariamente un aliado; puede ser un adversario que, a través del debate, ayude al Grupo a formarse una opinión antes de actuar.

### Qué debo hacer

- Prestar atención a las expectativas de la sociedad civil, con independencia del puesto que ocupe, puesto que me afecta y afecta a la empresa.
- Compartir con la persona responsable del diálogo con las OSC la información que tenga para favorecer el diálogo a largo plazo con cada OSC.

### Qué no debo hacer

- No responder a una interpelación; debo trasladar los mensajes recibidos (orales o escritos) al responsable para que los tenga en cuenta.

### Caso práctico

*Una ONG local que defiende la causa animal le interpela. La pregunta se refiere a las normas de compras del Grupo para el suministro de guantes de cuero natural para los empleados, ¿qué hace usted?*

Como comprador de equipos de protección individual, el Grupo presta mucha atención a su cadena de suministro, especialmente en la producción de cuero. Los proveedores que fabrican este tipo de productos deben comprometerse con la protección animal y a respetar las reglas medioambientales promulgadas por el Grupo.

Usted entabla un diálogo con esta ONG para comprender sus argumentos. Examina el proceso interno y propone palancas de mejora que comunica a la ONG. Le recuerda el compromiso del Grupo para eliminar las posibles causas directas o indirectas de sufrimiento de los animales y de dar prioridad, cuando sea posible, al uso de guantes de cuero sintético.

## Comunidades locales



Como grupo industrial, Michelin tiene una importante implantación territorial en muchos países.

El grupo Michelin desea ejercer sus actividades en armonía con las comunidades locales dondequiera que se encuentre, y pretende que su presencia les resulte beneficiosa a todos.

### Contexto

El impacto de nuestras actividades se refiere, por una parte, a los grandes proyectos de implantación (construcción de una nueva fábrica, cierre de un centro de producción, compra de plantaciones de hevea) y, por otra parte, a los centros de producción en funcionamiento.

De conformidad con las normas internacionales relativas a los derechos humanos, **Michelin se compromete a que sus actividades no perjudiquen a la salud o la seguridad de las comunidades locales, no las priven del acceso a recursos naturales (agua, alimentos, tierras, hábitat) y no perturben sus cultivos ni sus actividades económicas.** También se compromete a asegurar que nuestra implantación **tenga efectos positivos en su desarrollo.**

## **Valores y Principios de actuación**

El grupo Michelin desea ejercer sus actividades en armonía con las comunidades locales dondequiera que se encuentre, y pretende que su presencia les resulte beneficiosa a todos. Con este objetivo, adopta los compromisos siguientes:

- **Identificar los intereses y necesidades** de las poblaciones vecinas mucho antes de iniciar un proyecto de construcción, planificación de los centros de producción o adquisición de terrenos. Este trabajo de consulta a las partes interesadas afectadas por el proyecto incluye a los grupos potencialmente más vulnerables.
- **Buscar oportunidades y acciones favorables y beneficiosas** para las partes locales afectadas (empleo, proyectos comunitarios); prevenir los riesgos de efectos negativos; ajustar nuestros proyectos para que sean lo más beneficiosos posibles y no perjudiquen a su salud, seguridad, acceso a los recursos naturales o su patrimonio cultural durante la fase de construcción o cuando el centro esté en funcionamiento.
- **Mantener una comunicación directa, periódica, transparente y de calidad** con las comunidades locales y todas las partes interesadas presentes cerca de los centros en funcionamiento.
- **Implantar un mecanismo de tramitación de reclamaciones.** En caso de producir daños al medioambiente o a las poblaciones locales, tramitar cada reclamación y proponer planes de reparación y de indemnización pertinentes. Dar a conocer este mecanismo a las comunidades locales.

**Dirigido a directores de centros de producción, directores de proyectos de construcción de nuevos centros o de cierre de centros y responsables de fusiones y adquisiciones:**

### **Qué debo hacer**

#### **En cualquier circunstancia**

- Identificar los riesgos y oportunidades para las poblaciones locales relacionados con la construcción de un nuevo centro, la actividad de un centro en funcionamiento o el cierre de un centro.
- Informarme sobre la existencia de normativas locales aplicables a segmentos de población específicos (especialmente poblaciones marginadas) y garantizar la protección del patrimonio cultural de las poblaciones locales.
- Implantar planes de actuación basados en los resultados de la etapa anterior para eliminar o, en su caso, atenuar las posibles consecuencias negativas y desarrollar oportunidades positivas para las poblaciones locales.
- Implantar un mecanismo de tramitación de reclamaciones formalizado y de fácil acceso, de manera que cualquier posible reclamación de las comunidades locales se tramite eficazmente, y dar a conocer este mecanismo.

#### **Para los centros de producción en funcionamiento normal:**

- Establecer un diálogo periódico y constructivo con los vecinos de los centros de producción.
- Fomentar la colaboración con las partes locales afectadas (asociaciones, establecimientos escolares, centros de investigación, empresas...) que puedan tener un impacto positivo en el bienestar y el desarrollo de las poblaciones vecinas.
- Desplegar un programa de Implicación en la vida local (IVL) en los centros con más de

400 trabajadores.

- Remitirme a las pautas de los referentes EP (Medioambiente y prevención) para el uso de recursos naturales. (Objetivo: limitar la contaminación, la extracción de recursos raros o cualquier perjuicio para la salud y seguridad de las comunidades locales).

#### ***Durante la construcción de un centro de producción:***

- Informar a las partes locales afectadas sobre las consecuencias del proyecto de implantación durante los encuentros directos. Tener en cuenta sus intereses y peticiones para realizar las obras de forma satisfactoria para ellas. La dinámica no debe limitarse al diálogo con las autoridades locales. Puede realizarla un bufete externo en colaboración con Michelin.
- Dar prioridad a la contratación local cuando sea posible. Respetar el principio de igualdad de oportunidades y de no discriminación.
- Dar prioridad a la formación de las poblaciones locales cuando el oficio lo permita.

#### ***Durante el cierre de un centro de producción:***

- Adoptar todas las medidas necesarias para descontaminar el centro.
- Favorecer el reciclaje profesional de los empleados.
- Apoyar el empleo junto a las autoridades locales.

#### ***Durante la compra y gestión de plantaciones:***

- Documentar los procesos de constitución patrimonial para tener garantías sobre la historia de la propiedad.
- Respetar el derecho de uso de las poblaciones y de acceso a la tierra para que sigan explotando sus cultivos de subsistencia.
- Explotar de forma sostenible las plantaciones de caucho natural. Remitirse a la política sobre caucho natural responsable que expone los compromisos de Michelin en materia social (contratación, formación, primeros auxilios), económica (respeto de la seguridad alimentaria) y medioambiental (conservación, biodiversidad).

### ***Qué no debo hacer***

- Realizar un nuevo proyecto de implantación sin tener en cuenta los intereses y peticiones de las principales partes interesadas locales. Dar prioridad a las consultas directas.
- Dejar sin respuesta a las preguntas o posibles reclamaciones formuladas por las partes interesadas locales.
- Limitarse a dialogar con los poderes públicos.

### ***Caso práctico 1***

*Usted es director del proyecto de construcción de una nueva fábrica en un país. Se ha elegido un terreno y el proyecto ha sido aprobado por el municipio. ¿Es suficiente para iniciar la construcción?*

**No.** Antes de aprobar el proyecto hay que dialogar con otras partes interesadas. Pide a tu equipo que se ponga en contacto con asociaciones, empresas y colegios locales para concertar entrevistas o consultas.

También puede contratar a un bufete externo para que colabore en esta dinámica.

## Caso práctico 2

*Como responsable de un equipo del Servicio de personal de un país, tiene previsto contratar localmente. Sin embargo, la mayoría de los candidatos carece de la formación para realizar los oficios del Grupo. ¿Qué hace?*

Antes de plantearse la contratación fuera de la localidad en cuestión, estudia la posibilidad de formar a las poblaciones locales, junto a las entidades de formación.

## Veracidad de los informes financieros



El Grupo necesita que su información financiera sea veraz y fiable para garantizar la calidad de su pilotaje y la confianza de los accionistas, socios y proveedores.

### Valores

*"La empresa es favorable a una comunicación abierta, regular, precisa y honesta con sus accionistas y los representantes de la comunidad financiera... Respetar los hechos exige objetividad y honestidad intelectual, más allá de las opiniones y de los prejuicios. Es atreverse a reconocer la existencia de un problema y admitir la realidad de su efecto, incluso cuando no parece fácil encontrar una solución".*

Charte Performance et Responsabilité Michelin (2002), Pratiquer nos valeurs, exercer nos responsabilités (Declaración Resultado y Responsabilidad Michelin (2002), Practicar nuestros valores, ejercer nuestras responsabilidades)

### Principios de actuación

Las operaciones y transacciones realizadas por el Grupo se registran de forma fiel y veraz en las cuentas de cada Entidad, de acuerdo con los reglamentos vigentes y los procedimientos internos.

Respetar los hechos exige objetividad y honestidad intelectual, más allá de las opiniones y de los prejuicios.

Cualquier dinámica cuyo objeto sea falsificar los informes financieros se considera como falta y será debidamente sancionada.

### Qué debo hacer

- Comunicar rápidamente, de forma completa y honesta, cualquier información que pueda afectar a los datos financieros.
- Justificar todos los documentos con pruebas. Asegurarme de la fiabilidad de la información financiera y contable.
- Respetar las reglas de control interno.
- Advertir si observo un incumplimiento del principio de veracidad de los informes financieros.

### Qué no debo hacer

- Firmar o aprobar documentos inexactos o que no reflejen la realidad.
- No rectificar la contabilidad ni comunicar si sé que existen activos o deudas no contabilizados en el balance del Grupo.

### Caso práctico 1

*Usted es responsable del presupuesto. Comprueba que, al final del ejercicio, corre el riesgo de superar la dotación a la que se había comprometido. ¿Qué hace?*

No intenta acordar con los proveedores el aplazamiento de la facturación al año siguiente para cumplir el compromiso. Los registros contables están vinculados a la recepción del bien o del servicio, no de la factura.

### Caso práctico 2

*Al comprobar los informes de ventas preparados por su superior jerárquico constata que hay errores. No sabe si decírselo, ¿es una actitud correcta?*

**No.** No debe tener miedo a decírselo. Al contrario, al impedir que se den informaciones inexactas protege los intereses del Grupo.

## Mi relación con el medioambiente



El **respeto del medioambiente** es uno de los cinco valores fundamentales de Michelin, que se recoge desde 2002 en la « Charte Performance et Responsabilité Michelin » (Declaración Resultado y Responsabilidad Michelin) y se reiteró en 2012 en la publicación « Performance et Responsabilité Michelin : Une meilleure façon d'avancer » (Resultado y Responsabilidad Michelin: La mejor forma de avanzar).

Dado el especial carácter de la emergencia medioambiental, Michelin ha decidido incluir en este Código un **apartado medioambiental**. **Las recomendaciones que contiene están pensadas para informar y promover**: su objeto es ayudar a los empleados a mejorar la huella medioambiental de sus actividades profesionales; por ahora no son normas obligatorias (excepto si se tratan de infracciones de lo dispuesto por una ley medioambiental).

### Contexto

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

Michelin evalúa y tiene en cuenta desde hace años el impacto medioambiental de sus actividades a lo largo del ciclo de vida de sus productos, desde la extracción y la transformación de los recursos, pasando por la fase de utilización, hasta el tratamiento al final de su vida útil.

## Principios de actuación

El Grupo tiene actualmente el objetivo de conseguir Cero emisiones netas de CO2 para todos sus centros de producción industrial (ámbitos 1 y 2), de aquí a 2050, *en coherencia con la situación climática que limita el calentamiento global a 1,5 °C.*

Cada empleado participa de este compromiso adoptando gestos eco-responsables en el lugar de trabajo: desde su puesto, en los centros, y en los desplazamientos.

## En mi puesto



### Recomendaciones

#### Impresiones

- Doy prioridad a los sistemas digitales. Solo imprimo los documentos definitivos que se consultan continuamente.
- Adapto los documentos para leerlos en pantalla y evitar imprimir inútilmente. Para las presentaciones de PowerPoint, por ejemplo, imprimo dos diapositivas en cada página.
- Limito las impresiones e imprimo a dos caras y en blanco y negro.
- Elijo los tipos de letra más finos y que consuman menos tinta.
- En la medida de lo posible, utilizo papel reciclado y me aseguro de reciclar el papel usado.
- Si es posible, utilizo cartuchos de tinta recargables y me aseguro de reciclarlos.

#### ¿Sabía que?

*Un empleado que trabaja en una oficina consume de promedio entre 70 y 85 kg de papel al mes.*

*Es imprescindible intentar reducir el consumo y fomentar el reciclado.*

## Utilización de los dispositivos



### SMARTPHONE

- Pongo mi smartphone en modo "ahorro de energía".
- Desactivo las funciones GPS, wifi y Bluetooth cuando no las necesito.
- En el trabajo y en casa utilizo la wifi en lugar del 4G.
- Utilizo un fondo oscuro ("*dark mode*"), que consume menos energía.

### ORDENADOR (consumo y almacenamiento de datos)

- Utilizo preferiblemente un portátil en lugar de un ordenador fijo.
- Configuro el modo de suspensión rápido de los ordenadores.



- Limpio periódicamente la memoria caché, el historial y las cookies del navegador del ordenador.
- Vacío el historial de correos electrónicos periódicamente.
- Aligero el peso de mis presentaciones de PowerPoint mediante:
  - plantillas ligeras;
  - la función "comprimir imágenes";
  - una versión en PDF si hay que enviarlo por correo electrónico.
- Clasifico y elimino periódicamente:
  - los correos inútiles de todas mis carpetas
  - los documentos de la carpeta "descargas" de mi sistema operativo
  - los archivos de One Drive de mi propiedad, una vez al año o cuando ya no sean útiles (y cada vez que cambio de puesto)
- Apago los ordenadores y las impresoras durante la comida y por la tarde.

## OTROS DISPOSITIVOS

- En general, cuido del material para optimizar su duración.
- Devuelvo mi teléfono fijo si no lo utilizo.
- Apago la luz si no la necesito.
- Utilizo bombillas de bajo consumo.
- Bajo las persianas/estores si hace mucho calor cuando da el sol.

### ¿Sabía que?

*Los equipos informáticos provocan el 21 % del consumo eléctrico de las oficinas.*

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

### Correos electrónicos (envío)

- Limito el envío a los destinatarios indispensables. Evito utilizar sistemáticamente la función "responder a todos" para reducir el número de correos innecesarios.
- Evito utilizar fotos o logotipos en el pie de página y la firma del correo o elijo imágenes de baja resolución.
- Procuro compartir enlaces en lugar de enviar documentos adjuntos.
- Reduzco el tamaño de los documentos adjuntos (convertir los documentos al formato PDF, comprimir los archivos).
- Me doy de baja de las listas de difusión poco consultadas.
- Gestiono las notificaciones de las aplicaciones internas (Teams - Yammer) para no recibir sistemáticamente correos de notificación.
- Utilizo principalmente herramientas colaborativas, que suelen ser más eficaces y económicas que los correos electrónicos (muchos destinatarios, presencia de documentos adjuntos). Utilizo la herramienta

adecuada para cada uso.

### ¿Sabía que?

*El impacto medioambiental de un correo electrónico varía en función del número de destinatarios, del volumen de documentos adjuntos y del tiempo de almacenamiento en un servidor.*

*Multiplicar por 10 el número de destinatarios de un correo electrónico cuadruplica su huella medioambiental.*

### Búsquedas en Internet



- Guardo en favoritos las páginas más visitadas.
- Escribo la dirección/URL de un sitio web directamente en la barra de búsqueda en lugar de utilizar un motor de búsqueda.
- Cierro sobre la marcha los programas/páginas de Internet/pestañas que ya no necesito.

### ¿Sabía que?

*Una búsqueda de un minuto en Internet consume 100 vatios en un ordenador fijo y 20 vatios en un portátil.*

*Cuando se introduce directamente la dirección URL de un sitio web, se dividen por 4 las emisiones de gases de efecto invernadero.*

## En el entorno de mi centro



Mostrar un comportamiento ético, como velar por el respeto al medioambiente, no es una cuestión de reputación, es ante todo un reto colectivo mundial y urgente.

El Grupo invita a todos sus empleados a practicar libremente los valores y comportamientos éticos que Michelin defiende más allá del marco profesional.

## Mis desplazamientos



### ***En la medida de lo posible, priorizo:***

- Las videoconferencias a los desplazamientos.
- En los trayectos cotidianos: circulación menos agresiva (transporte colectivo, bicicleta, caminar) y compartir vehículo en lugar de utilizar el vehículo particular.
- Para trayectos largos: tren o compartir vehículo.

### ¿Sabía que?

*Los trayectos del domicilio al trabajo y los desplazamientos profesionales son los que mayores emisiones de gases de efecto invernadero producen entre los ámbitos de trabajo no productivos: 12 millones de toneladas anuales.*

Las tres cuartas partes de estos desplazamientos se hacen en automóvil.

*fuentes:* ADEME, Eco-responsable en la oficina (junio 2020)

## En mi centro



### Recomendaciones

#### Residuos y economía circular

##### SEGÚN LAS FUNCIONES DE MI PUESTO

- Utilizo preferiblemente materiales reciclables, reutilizables o de origen sostenible para la compra y utilización de equipos de oficina, consumibles, suministros, opciones de embalaje, etc.
- Implanto un sistema de clasificación selectiva visible y comprensible para todos.
- Utilizo productos de limpieza respetuosos con el medioambiente.
- Controlo que haya suficientes papeleras y ceniceros, no tiro basura/colillas al suelo.
- Limito el uso de embalajes y prefiero los sostenibles (reutilizables, reciclables o de origen sostenible).
- Fomento la segunda vida de los equipos (informáticos, smartphones, escritorios, etc.) entregándolos a asociaciones o empresas para que los reacondicionen.

#### ¿Sabía que?

*El reciclado de los equipos electrónicos permite revalorizar los materiales raros o preciosos.*

*Una tonelada de tarjetas electrónicas contiene entre 50 y 100 veces más oro que una tonelada de mineral.*

*Algunos componentes de estos aparatos, como el arsénico o el cloro, son perjudiciales para la salud y el medioambiente y requieren un tratamiento especial.*

#### Calefacción y climatización

- Como mánager, permito que los empleados adapten su vestimenta de trabajo a la temperatura.
- Me aseguro de que las ventanas estén bien cerradas cuando hace frío y de que haya sombra (persianas/estores) si hace mucho calor cuando da el sol.
- No dejo las ventanas abiertas cuando la climatización esté funcionando.

#### ¿Sabía que?

*Entre el consumo de energía en las oficinas, la calefacción representa el 50 % de promedio, mientras que la climatización puede llegar hasta el 20 %.*

*fuentes:* ADEME, Eco-responsable en la oficina (junio 2020)

## Comidas

### SEGÚN LAS FUNCIONES DE MI PUESTO

- Doy preferencia a los productos locales y de temporada (cafeterías, oficinas, máquinas expendedoras, etc.).
- Fomento los suministros procedentes de circuitos cortos.

### ¿Sabía que?

*Cada comida en la restauración colectiva en empresas genera por término medio 75 g de alimentos despilfarrados, frente a 130 g de la restauración colectiva en general.*

*fuentes: ADEME, Eco-responsable en la oficina (junio 2020)*