

Código de Ética de Michelin

El Código de Ética se aplica sin excepción a todos/as los/as empleados/as del Grupo, así como a cualquier persona que trabaje en nuestras instalaciones o actúe en representación de una entidad del Grupo, en cualquier parte del mundo.

Michelin también invita a sus clientes, proveedores y demás socios a adherirse a los principios recogidos en este Código, cuyo cumplimiento constituye, en muchos casos, una condición indispensable para mantener relaciones comerciales con el Grupo.

Desde una perspectiva ética, el Grupo establece como base mínima el cumplimiento de la normativa nacional e internacional aplicable.

El Código recoge los valores fundamentales del Grupo y define los principios y directrices que deben respetarse. Establece las pautas que deben orientar las decisiones de los/as empleados/as y demás partes interesadas, y especifica los comportamientos que deben adoptarse en las situaciones habituales en cada entorno de trabajo.

Más allá de los casos previstos en el presente Código, se espera que cada empleado/a, socio o proveedor actúe con criterio, sentido común y buena fe ante las distintas situaciones que puedan surgir.

Este documento irá evolucionando con el tiempo. En caso de discrepancia entre distintas versiones, prevalecerá la versión francesa disponible en línea en la dirección ethique.michelin.com.



ÍNDICE

Mensaje de la Dirección	3
Gobernanza ética y Organización	5
Funciones y responsabilidades	5
Mi papel como mánager	6
Información	6
Seguimiento	7
Protección de los/as informantes	7
Mi papel como empleado/a	8
Qué debo hacer	8
Tengo una pregunta	8
Protección de los/as informantes	8
Consultas y denuncias	10
Consultas	10
Denuncias	11
¿Cuándo hay que denunciar?	11
¿Por qué es necesario denunciar?	12
Formas de alertar y enlace	12
Confidencialidad y protección de los/as informantes	13
Actuar con ética en el día a día	14
En el entorno laboral	14
Discriminación	14
Comportamientos inapropiados y Acoso	17
Salud y seguridad	21
Esclavitud moderna, trabajo forzoso y trata de seres humanos	24
Trabajo infantil	29
Seguridad - Protección de activos	31
Conducta profesional	32
Regalos e invitaciones	33
Comercio internacional y control de exportaciones	35
Competencia leal	37
Evitar los conflictos de intereses	39
Contribuciones benéficas y políticas	40
Prevenir el uso indebido de información privilegiada	43
Lucha contra el fraude	45

<i>Lucha contra la corrupción</i>	48
<i>Protección de la Privacidad y los Datos personales</i>	52
<i>Relación con los proveedores</i>	55
<i>Cumplimiento de la legislación y la normativa vigente</i>	56
Comunicación externa	58
<i>Redes sociales</i>	58
<i>Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC)</i>	60
<i>Comunidades locales</i>	62
<i>Veracidad de los informes financieros y no financieros</i>	65
Compromiso con el medioambiente	67
<i>En mi puesto de trabajo</i>	67
<i>En el entorno del centro</i>	69
<i>En mis desplazamientos</i>	70
<i>En las instalaciones</i>	70
Principios éticos relacionados con la inteligencia artificial	72

Código de Ética de Michelin

Actuar con ética en el día a día

El Código de Ética se aplica sin excepción a todos/as los/as empleados/as del Grupo, así como a cualquier persona que trabaje en nuestras instalaciones o actúe en representación de una entidad del Grupo, en cualquier parte del mundo.

Michelin también invita a sus clientes, proveedores y demás socios a adherirse a los principios recogidos en este Código, cuyo cumplimiento constituye, en muchos casos, una condición indispensable para mantener relaciones comerciales con el Grupo.

Desde una perspectiva ética, el Grupo establece como base mínima el cumplimiento de la normativa nacional e internacional aplicable.

El Código recoge los valores fundamentales del Grupo y define los principios y directrices que deben respetarse. Establece las pautas que deben orientar las decisiones de los/as empleados/as y demás partes interesadas, y especifica los comportamientos que deben adoptarse en las situaciones habituales en cada entorno de trabajo.

Más allá de los casos previstos en el presente Código, se espera que cada empleado/a, socio o proveedor actúe con criterio, sentido común y buena fe ante las distintas situaciones que puedan surgir. Este documento irá evolucionando con el tiempo. En caso de discrepancia entre distintas versiones, prevalecerá la versión francesa disponible en línea en la dirección ethique.michelin.com.



Mensaje de la Dirección

Nuestro Grupo unido por sus valores

Michelin necesita del compromiso de cada una y cada uno de nosotros para afrontar los retos que plantean el medioambiente, los clientes y los mercados. Construir juntos el Michelin del mañana implica, ante todo, compartir los valores de nuestro Grupo y trabajar unidos para alcanzar nuestro éxito.

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

Por eso, Michelin se compromete a:

- establecer un marco de actuación empresarial a través de la elaboración y difusión de documentos clave, como el Código de Ética y el Código de Conducta Anticorrupción. El incumplimiento de las normas y directrices establecidas por el Grupo puede conllevar responsabilidades para los/as empleados/as y dar lugar a sanciones disciplinarias;
- garantizar el respeto de los derechos humanos en todas sus actividades y en cualquier lugar donde se desarrollen;
- aplicar políticas para reducir los riesgos vinculados al impacto ambiental de sus actividades, productos y servicios.

Un Código de Ética para adoptar una conducta adecuada

El objetivo de este Código es ayudar a nuestros/as empleados/as y socios a adoptar una conducta adecuada ante determinadas situaciones de riesgo, tanto para ellos mismos como para Michelin.

Este código

- recoge nuestros valores y principios de actuación fundamentales;
- orienta a los/as empleados/as sobre cómo actuar ante las situaciones más frecuentes;
- define claramente los comportamientos que deben adoptarse conforme a nuestros valores y procedimientos (véase la sección “Qué debo hacer/Qué no debo hacer”);
- aborda también situaciones más complejas y expone la línea de conducta a seguir (véase la sección “Casos prácticos”);
- proporciona una lista de personas de referencia a quienes consultar en caso de duda (véase la sección “Contactos”);
- ofrece una lista de documentos de consulta complementarios (véase la sección “Recursos”).

Cada empleado/a es un/a embajador/a de los valores de Michelin

Al igual que la seguridad, la ética es responsabilidad de todos/as.

La adopción y el cumplimiento de este Código dependen del compromiso de todos/as los/as empleados/as, con independencia de su cargo o función. Nuestra conducta, tanto individual como colectiva, debe reflejar siempre los valores del Grupo. Todos somos responsables de preservar 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/as y la perdurabilidad del Grupo.

Cada empleado/a debe dedicar el tiempo necesario para leer este documento atentamente y poner todo su empeño para poner en práctica sus principios y directrices en el día a día.

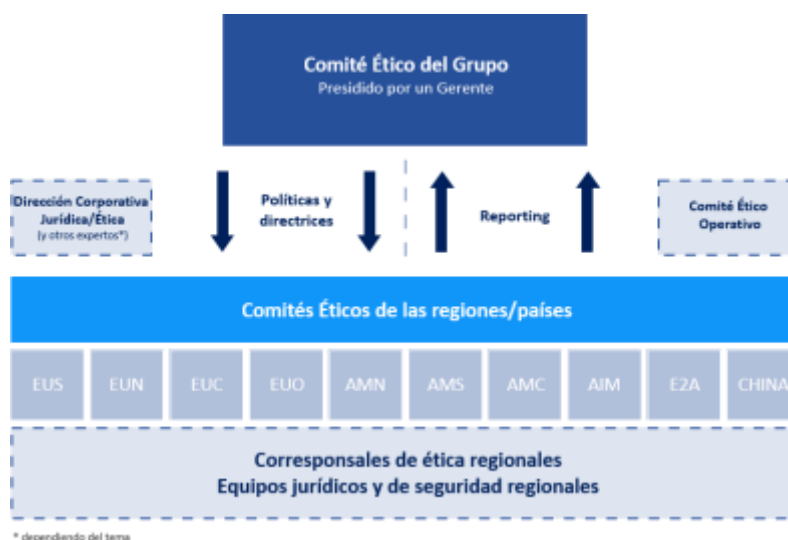
Florent MENEGAUX

Presidente del Grupo

Yves CHAPOT

Gerente y Director Administrativo y Financiero

Gobernanza ética y Organización



Misiones del Comité de Ética del Grupo

- Promover una cultura basada en la ética
- Garantizar el compromiso del Grupo en materia ética
- Definir y coordinar la estrategia ética del Grupo
- Garantizar la coherencia de las acciones desarrolladas en las distintas Regiones
- Validar el programa ético del Grupo, las políticas clave que se derivan del mismo y las acciones necesarias para impulsar una mejora continua

Funciones y responsabilidades



Cualquier empleado/a de Michelin, con independencia de su país de residencia, debe cumplir de forma individual con los principios y directrices recogidos en este Código. Cada empleado/a es parte activa en la consecución de los objetivos del Grupo y actúa como embajador/a de sus valores.

Asimismo, el Grupo invita a cada empleado/a a compartir y difundir estos contenidos entre sus interlocutores profesionales, promoviendo el respeto mutuo y el diálogo, con el fin de contribuir al bienestar en el trabajo y al buen rendimiento colectivo.

Las situaciones contempladas en este Código no son exhaustivas. Por ello, se espera que empleado/a actúe con criterio, responsabilidad y sentido común ante cualquier situación que tenga que afrontar, de acuerdo con los valores y principios de actuación aquí establecidos. Si la información recogida no fuera suficiente para tomar una decisión, se recomienda consultar con su mánager o con un representante del Servicio Jurídico. Todas las consultas serán bien recibidas.



CONSECUENCIAS DEL INCUMPLIMIENTO DE ESTE CÓDIGO

El incumplimiento de los principios y directrices establecidos en este Código puede dar lugar a sanciones disciplinarias, que podrían llegar hasta el despido, así como a acciones legales en el ámbito civil o penal. Por ello, cada empleado/a es responsable de conocer, adoptar y respetar todos los principios y directrices de este Código.

En caso de discrepancia entre este Código y la legislación aplicable o cualquier otra política vigente del Grupo o de alguna de sus entidades, prevalecerá la norma más restrictiva. Corresponde a cada empleado/a, en coordinación con el Servicio Jurídico, asegurarse de entender por completo el alcance de estas excepciones.

Mi papel como mánager



Como mánager, no solo contribuyes a los resultados del Grupo, sino que también debes velar por el bienestar de tu equipo.

A través de un comportamiento ejemplar, inspiras a las personas que tienes a tu cargo y generas un clima de confianza que favorece el diálogo. Recuerda periódicamente a tu equipo que estás disponible para escuchar, y deja claro que no se tolerarán represalias contra quien, actuando de buena fe, informe sobre una posible infracción del Código.

En cuanto a las personas bajo mi responsabilidad

Información

- Me aseguro de que **conozcan y respeten los valores, principios y directrices definidos por el grupo Michelin**, incluido **este Código**.
- Llamo especialmente su atención sobre las **partes del Código más relevantes para su actividad**.
- **Doy ejemplo**, compartiendo mis dudas cuando corresponda y señalando aquellas conductas que resulten inapropiadas.

Seguimiento

- Responsabilización: cuando un/a empleado/a me traslada una duda de tipo ético, le pregunto si ha utilizado previamente el **procedimiento previsto en el Código para plantear consultas**. En su defecto, le ayudo a hacerlo.
- Me aseguro de que las personas bajo mi responsabilidad **respetan la legislación y la normativa vigente**.
- Si persiste alguna duda sobre una situación, **me aseguro de que se consulte a las personas de referencia indicadas en este Código** (véase el apartado “Contactos” al pie de cada página).
- **Velo para que nadie sufra represalias** de ningún tipo tras informar de buena fe de una situación inapropiada o plantear dudas.
- **Me aseguro de que todas las preocupaciones o alertas en materia de ética planteadas se trasladen correctamente a la [Línea Ética](#)**, para que puedan registrarse y gestionarse con rapidez y eficacia.

Protección de los/as informantes

El uso de la [Línea Ética](#) permite denunciar de forma anónima, confidencial y segura cuando resulte necesario.

Si tienes dudas sobre si una determinada situación debe ser denunciada, te recomendamos que, en primer lugar, consultes este Código o lo comentes con tu Compliance Officer Regional (Corresponsal de Ética Regional) antes de acudir a la Línea Ética. Esto te permitirá obtener información sobre la naturaleza de la situación y asegurar que se gestione de manera adecuada.

Existen, además, otros canales de alerta internos, tales como: ***el Servicio de Personal, Servicio de Anticipación, Prevención y Protección, el Servicio Jurídico, tu manager o cualquier otro/a manager, el médico de empresa o el/la Compliance Officer Regional.***

El Grupo ha puesto a disposición de todo el personal un Procedimiento de Gestión de Alertas en el que se detallan, con plena transparencia, las condiciones de recepción y tramitación de las alertas, así como los/las responsables que intervienen en el proceso. Este procedimiento está disponible tanto en la [Línea Ética](#) como en el sitio web del Grupo.

El/la Compliance Officer Regional del Grupo es el/la responsable de velar por el buen funcionamiento del sistema de gestión de alertas.

Con independencia del canal de denuncia utilizado, **no se permitirá ningún tipo de represalia contra quien, actuando de buena fe, haya informado de una posible vulneración** de este Código, de la legislación vigente o de los principios y directrices del grupo Michelin.

Cualquier persona que considere que está siendo objeto de represalias deberá informar de ello a través de este mismo procedimiento.

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

Mi papel como empleado/a



A través de su conducta, cada empleado/a actúa como embajador/a del Grupo y de sus valores. El cumplimiento de este Código es esencial tanto para el bienestar individual y colectivo en el entorno laboral, como para preservar la reputación de Michelin.

Ante cualquier duda sobre la conducta que debe adoptarse, se debe consultar el contenido de este Código.

Qué debo hacer

- **Cumplir la legislación y la normativa vigente.**
- **Respetar los valores, principios y directrices 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, la legislación y la normativa vigente o este Código, ya sea por mi parte o por alguno/a de mis compañeros/as. *Para ello, dispongo de varios **canales de alerta internos**: la Línea Ética, el Servicio de Personal, Servicio de Anticipación, prevención y protección, el Servicio Jurídico, mi *mánager* u otro/a *mánager*, la parte social, el médico de empresa, o el/la Compliance Officer Regional.*
- **Conocer y comprender** los temas abordados en el Código, así como las recomendaciones y pautas de conducta aplicables a mi actividad profesional.
- **Compartir y difundir** su contenido con actitud constructiva y respetuosa, contribuyendo activamente al bienestar en el entorno laboral y a la mejora de los resultados del Grupo.
- **Actuar con criterio y sentido común** ante las situaciones que puedan surgir, de acuerdo con los valores y principios de actuación que se recogen en este Código.
- **Dar ejemplo** y no dudar en compartir mis dudas o informar de cualquier conducta inapropiada cuando sea necesario.

Tengo una pregunta

- Si tengo dudas sobre cómo debo actuar, este Código indica el **comportamiento esperado en una serie de situaciones habituales** ("Qué debo hacer/Qué no debo hacer").
- Este Código contempla **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 las personas de referencia indicadas** después de los casos prácticos.
- Puedo orientarme utilizando los **cuadros de la página de Consultas**.
- Me pongo en contacto con **mi *mánager*** o con un **representante del Servicio Jurídico**.

Protección de los/as informantes

El uso de la Línea Ética permite denunciar de forma anónima, confidencial y segura.

Si tienes dudas sobre si una determinada situación debe ser denunciada, te recomendamos que, en primer lugar, consultes este Código o lo comentes con tu Compliance Officer Regional antes de acudir a la Línea Ética. Esto te permitirá obtener información sobre la naturaleza de la situación y asegurar que se gestione de manera adecuada

Existen, además, otros canales de alerta internos, tales como: ***el Servicio de Personal, Servicio de Anticipación, Prevención y Protección, el Servicio Jurídico, tu mánager o cualquier otro/a mánager, el médico de empresa o el/la Compliance Officer Regional.***

El Grupo ha puesto a disposición de todo el personal un Procedimiento de Gestión de Alertas en el que se detallan, con plena transparencia, las condiciones de recepción y tramitación de las alertas, así como los/las responsables que intervienen en el proceso. Este procedimiento está disponible tanto en la [Línea Ética](#) como en el sitio web del Grupo.

El/la Compliance Officer Regional del Grupo es el/la responsable de velar por el buen funcionamiento del sistema de gestión de alertas.

Con independencia del canal de denuncia utilizado, **no se permitirá ningún tipo de represalia contra quien, actuando de buena fe, haya informado de una posible vulneración de este Código, de la legislación vigente o de los principios y directrices del grupo Michelin.**

Cualquier persona que considere que está siendo objeto de represalias deberá informar de ello a través de este mismo procedimiento.

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

Consultas y denuncias



El éxito duradero de Michelin depende del compromiso de sus empleados/as para desarrollar su actividad con integridad y en pleno cumplimiento de la legislación y la normativa vigente, así como de los principios y directrices del Grupo.

Adoptar un comportamiento ético y acorde con nuestros valores resulta esencial, no solo para los/as empleados/as, sino también para los clientes, accionistas y el propio Grupo. Michelin cuenta con todos/as vosotros/as para garantizar la protección de sus empleados/as, mantener la reputación y la integridad del Grupo y evitar posibles consecuencias económicas o legales.

Consultas



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/as puedan expresar sus preocupaciones. Michelin se compromete a favorecer el desarrollo personal y profesional de todos/as sus empleados/as, asegurando que sus actividades se lleven a cabo de conformidad con la legislación de los países en los que opera.

La información recogida en este Código proporciona a los/as empleados/as las herramientas necesarias para tomar decisiones éticas en coherencia con los principios y directrices del Grupo. Sin embargo, no todas las respuestas son evidentes. A continuación encontrarás una lista de preguntas que pueden ayudarte 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 mánager	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	•			

Cuando la situación ya se ha producido				
	Contacto a través de la Línea Ética	Hablo con mi manager	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 recoge unos principios de actuación estrictos con los que el Grupo no está dispuesto a transigir, especialmente en lo que respecta a **Mi vida en la empresa, Mi conducta en el trabajo, Mi comunicación con el exterior entorno laboral, la conducta profesional, la comunicación externa y los principios éticos relacionados con la inteligencia artificial.**

Nota: Dado el carácter urgente de la cuestión medioambiental, Michelin ha decidido incluir en este Código una dimensión adicional titulada "**Mi Compromiso con el medioambiente**". **Estas recomendaciones están pensadas para informar y fomentar buenas prácticas:** su objetivo es ayudar a los/as empleados/as a reducir el impacto ambiental derivado de su actividad profesional. Por ahora no constituyen normas de obligado cumplimiento, salvo cuando se trate de una obligación derivada de una ley o de normativas en materia medioambiental.

¿Cuándo hay que denunciar?

Si un/a empleado/a del Grupo tiene conocimiento de hechos o situaciones que podrían constituir una infracción de la legislación y la normativa vigente, de este Código o de otros principios y directrices del Grupo, podrá informar de ello para que sean analizados, verificados y, en su caso, se adopten las medidas oportunas para corregir la situación y evitar que vuelva a producirse.

Cualquier persona que reciba una alerta debe asegurarse de que esta quede registrada en la base de datos de la [Línea Ética](#) para su correcta tramitación.

El Grupo ha puesto a disposición de todo el personal un Procedimiento de Gestión de Alertas en el que se detallan, con plena transparencia, las condiciones de recepción y tramitación de las alertas, así como los/las responsables que intervienen en el proceso. Este procedimiento está disponible tanto en la [Línea Ética](#) como en el sitio web del Grupo.

El/la Compliance Officer Regional del Grupo es el/la responsable de velar por el buen funcionamiento del sistema de gestión de alertas.

Más información en: [Consultas](#)

¿Por qué es necesario denunciar?

La realización de las actividades del Grupo con integridad y absoluta conformidad con la legislación y la normativa vigente, con este Código, así como con los otros principios y directrices del Grupo, constituye una **condición esencial para el éxito de Michelin**.

Adoptar un comportamiento ético y acorde con nuestros valores resulta esencial, no solo para los/as empleados/as, sino también para los clientes, accionistas y el propio Grupo. Michelin cuenta con todos/as vosotros/as **para garantizar la protección de sus empleados/as, mantener la reputación y la integridad del Grupo y evitar posibles consecuencias económicas o legales**.

Denunciar también resulta clave para informar y compartir los dilemas a los que todos/as nos enfrentamos en un entorno cada vez más complejo. Se trata asimismo de una **forma de favorecer el aprendizaje y la mejora continua**.

La vigilancia de los/as empleados/as y socios del Grupo constituye uno de los mecanismos más eficaces para detectar posibles infracciones del presente Código. El Grupo cuenta con la responsabilidad individual de cada persona para garantizar el cumplimiento de sus principios de actuación.

Formas de alertar y enlace

Para informar de una posible infracción de la legislación y la normativa vigente, de este Código o de otros principios y directrices del Grupo, se ha puesto a disposición de los/as empleados/as del Grupo y de terceros en todo el mundo una [Línea Ética](#), accesible mediante Internet o por 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 directrices del Grupo.

[Línea Ética del grupo Michelin](#)

Además de la [Línea Ética](#), los/as empleados/as disponen de otros sistemas internos de alerta: el **Servicio de Personal, Servicio de Anticipación, Prevención y Protección, el Servicio Jurídico, su mánager** o cualquier otro/a **mánager, un representante de personal, el médico de empresa** o el/la **Compliance Officer Regional**.

Las condiciones de recepción y tramitación de las alertas, así como los/las responsables que intervienen en el proceso, se describen de forma detallada y con total transparencia en el Procedimiento de Gestión de Alertas.

Confidencialidad y protección de los/as informantes

El uso de la [Línea Ética](#) permite denunciar de forma anónima, confidencial y segura cuando resulte necesario.

El Grupo ha puesto a disposición de todo el personal un Procedimiento de Gestión de Alertas en el que se detallan, con plena transparencia, las condiciones de recepción y tramitación de las alertas, así como los/las responsables que intervienen en el proceso.

El/la Compliance Officer Regional del Grupo es el/la responsable de velar por el buen funcionamiento del sistema de gestión de alertas.

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 legislación o de los principios y directrices de Michelin.**

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

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

Actuar con ética en el día a día



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

En estas páginas encontrarás los valores y principios de actuación que deben guiar tu conducta. Cada tema presenta, asimismo, los comportamientos que conviene adoptar en distintas situaciones del entorno laboral.

Mi vida en la empresa



La voluntad de Michelin es contribuir de forma constante al desarrollo y al bienestar de cada persona en el ejercicio de sus responsabilidades dentro del Grupo.

La protección y el respeto de los/as empleados/as implican, en particular, los siguientes principios y directrices de convivencia que cada persona debe respetar.

El Grupo vela por el respeto de los Derechos Humanos en todas sus actividades y en todos los lugares donde opera, tal y como se establece en su política marco sobre Derechos Humanos.

Se entiende por Derechos Humanos aquellos derechos universales e irrenunciables, definidos por principios y convenios internacionales, que posee toda persona sin distinción de raza, sexo, religión, nacionalidad, idioma, origen étnico o cualquier otra condición. Incluyen, entre otros, el derecho a la libertad y a la dignidad, la libertad de asociación, la prohibición del trabajo infantil, del trabajo forzoso, de toda forma de discriminación, etc.

En todo momento, el Grupo se compromete igualmente a respetar las leyes nacionales y los convenios internacionales que resulten de aplicación.

Discriminación



La diversidad y la inclusión en la empresa constituyen una de las grandes riquezas del Grupo. Michelin considera que un entorno laboral en el que todos/as se sientan respetados tal como son refuerza el compromiso y el buen rendimiento colectivo. La lucha contra toda forma de discriminación constituye una de las máximas prioridades del Grupo.

Michelin espera que sus empleados/as actúen con respeto tanto entre compañeros/as como con cualquier persona con la que mantengan relaciones profesionales (proveedores, clientes, vecinos de los centros, candidatos, etc.).

Definiciones y Contexto

La discriminación consiste en tratar de forma distinta a una persona o grupo, ya sea desfavoreciéndola o beneficiándola, en función de 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 al principio de igualdad entre las personas. La Organización Internacional del Trabajo (OIT) afirma que “la protección contra la discriminación es un derecho humano fundamental”, reconocido en varios convenios, como el Convenio 111.

La discriminación dentro de la empresa puede manifestarse en procesos de selección, decisiones de promoción, condiciones de remuneración, acceso a la formación o a determinados servicios y prestaciones.

Asimismo, se traduce en comportamientos, comentarios o gestos basados en estereotipos que pueden denigrar, desacreditar o descalificar a una persona o a un colectivo. En muchos países, este tipo de conductas puede conllevar sanciones civiles y penales.

Valores y Principios de actuación

El Grupo actúa con el objetivo de instaurar la **igualdad de oportunidades**, con independencia del estatus del/de la empleado/a, tanto en los procesos de selección como en las decisiones relativas a la remuneración, el desarrollo profesional, el acceso a la formación y las condiciones laborales.

Cualquier persona, ya sea directivo, **mánager** o empleado/a, debe ser tratada con el mismo nivel de **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 expresadas con respecto a sus propios empleados/as, el Grupo también exige a sus clientes y proveedores que luchen contra cualquier forma de discriminación o de acoso hacia sus propios empleados/as.

Qué debo hacer

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

- Garantizar que las ofertas de empleo se dirijan a todo tipo de candidatos/as, sin hacer referencia al género, edad, cultura, orientación sexual, religión, estatura, etc.
- Informar a los/as empleados/as sobre los recursos disponibles en caso de discriminación y orientarles en sus trámites.
- Tomarse en serio cualquier queja relacionada con discriminación y respetar el derecho de cada persona a recurrir.
- Sancionar los actos discriminatorios si se demuestran, en cumplimiento con la legislación y la normativa vigente.
- Concienciar a los **mánagers** y a los/las responsables de selección sobre los estereotipos que pueden influir en los procesos de contratación.
- Concienciar a los **mánagers** sobre situaciones que pueden dar lugar a discriminación, prestando especial atención a las personas vulnerables y conociendo el procedimiento a seguir en caso de queja o denuncia.

Qué no debo hacer

- Realizar comentarios aparentemente inofensivos o con tono humorístico, que tengan como efecto denigrar a una persona por su origen, sexo, clase social, religión, discapacidad, etc.
- Ignorar las quejas por discriminación o acoso (*mánager*).
- Tener en cuenta el nombre, apellidos, domicilio, edad, género, situación familiar, fotografía u otra característica personal sin relación con las competencias del/de la candidato/a, para fundamentar decisiones en el proceso de selección (*responsable de selección*) o decisiones relativas a la carrera profesional de un/a empleado/a (*mánager*).
- Formular preguntas a los/as candidatos/as sobre su cultura, religión, estado civil, intención de tener hijos, orientación sexual, etc., durante una entrevista de trabajo (*responsable de selección*).
- Estipular en un contrato de un/a empleado/a o de un proveedor criterios relativos a la edad, religión, estatura, género o cultura para personas que trabajen directa o indirectamente para Michelin.

Caso práctico 1

Tu mánager hace de forma habitual bromas o comentarios críticos sobre la religión de uno/a de tus compañeros/as. Nunca lo/la elige para participar en proyectos que podrían suponer una oportunidad de desarrollo profesional, a pesar de que su trabajo es intachable, y le deniega sin justificación sus solicitudes de vacaciones o de formación. Este/a compañero/a guarda silencio y no reacciona, pero parece estar afectado/a por la situación. ¿Qué debes hacer?

Anima a tu compañero/a a decirle al mánager que su actitud es ofensiva y discriminatoria y ofrécete a acompañarle si es necesario. Si no quiere hacerlo, o si tras hablar con el/la mánager la situación no mejora, puedes sugerirle que acuda a la [Línea Ética](#) y que se ponga en contacto con su DP de proximidad (PDP).

Caso práctico 2

Eres Responsable de Diversidad e Inclusión.

Una empleada solicita una reunión contigo. No ha sido promocionada en los últimos cinco años. En cambio, un compañero de otro departamento fue ascendido tras solo dos años. Ella considera que está siendo tratada de forma diferente por ser mujer. ¿Cómo deberías responder?

Le explicas que el Grupo está firmemente comprometido con la igualdad de trato entre mujeres y hombres, y que las decisiones de promoción se basan siempre en criterios objetivos.

No obstante, trasladas la situación al/a la DP de proximidad (PDP) para que se analice con detalle y, en su caso, se adopten las medidas necesarias en materia de gestión de carrera profesional.



Comportamientos inapropiados y Acoso

Se entienden por “comportamiento inapropiado” y “acoso” aquellas conductas, prácticas o manifestaciones que pueden resultar ofensivas, denigrantes o humillantes hacia una persona y que puedan generar un perjuicio psicológico o físico. Estas conductas son contrarias a los principios éticos del Grupo recogidos en el presente Código y se consideran inaceptables y susceptibles de sanción.

Ahora bien, es necesario establecer una distinción entre los distintos niveles de conducta, diferenciando el “comportamiento inapropiado” del “acoso”, este último caracterizado por una mayor gravedad.

Dicha distinción entre ambos tipos de conductas susceptibles de sanción puede realizarse, entre otros factores, teniendo en cuenta los siguientes criterios de evaluación:

- **La gravedad y la intencionalidad** del comportamiento o de los comentarios: una broma torpe no suele tener el mismo impacto que una expresión claramente denigrante.
- **La reiteración y la duración** del comportamiento o de los comentarios: algunos comportamientos son lo suficientemente graves como para constituir acoso desde la primera vez que ocurren, mientras que otros adquieren tal carácter por su repetición. Determinados gestos o palabras, que podrían parecer inofensivos de forma aislada, pueden considerarse acoso si se repiten. Si se ha advertido a la persona de que su conducta es inapropiada y aun así persiste, se considera un factor agravante.
- **La posición jerárquica** del autor del comportamiento: la persona afectada puede experimentar un mayor impacto psicológico (estrés, ansiedad, malestar, etc.) cuando el comportamiento inapropiado procede de alguien con una posición jerárquica superior, lo que constituye un factor agravante.
- **Las circunstancias en las que se produce el comportamiento:** los comentarios o gestos negativos expresados en público, o dirigidos a una persona que se encuentra en una situación de vulnerabilidad (ya sea psicológica o física), son ejemplos de factores agravantes.

Acoso moral, acoso sexual y comportamientos inapropiados:

Se considera acoso moral todo comportamiento o manifestación que tenga por objeto o por efecto deteriorar las condiciones de trabajo de una persona, afectando su salud física o mental, o comprometiendo su futuro profesional.

Se considera acoso sexual cualquier conducta, verbal o física, de índole sexual o sexista que genere una situación degradante, humillante, hostil u ofensiva, así como cualquier forma de presión dirigida a obtener favores sexuales a cambio de beneficios profesionales, ya sea de forma explícita o implícita.

Se considera comportamiento inapropiado toda manifestación verbal o actuación que resulte humillante, ofensiva o degradante, o que, en términos generales, no respete los valores y principios éticos del Grupo definidos en el presente Código (en particular, los recogidos en el modelo de liderazgo I CARE), siempre que tales conductas no alcancen el nivel de gravedad necesario para ser calificadas como acoso moral o acoso sexual, según los criterios de valoración anteriormente descritos.

El acoso y los comportamientos inapropiados pueden afectar a cualquier persona y producirse en cualquier contexto relacionado con el trabajo, incluso fuera del entorno de la empresa, en particular durante eventos organizados por el Grupo, desplazamientos profesionales o a través de medios electrónicos. El acoso está tipificado como infracción en muchos países y está regulado por el Convenio n.º 190 de la Organización Internacional del Trabajo, en vigor desde junio de 2020.

Ejemplos

Ejemplos de conductas que podrían constituir comportamientos inapropiados o acoso:

- Ofender, humillar, insultar, denigrar o criticar a una persona de forma reiterada.
- Amenazar, presionar, intimidar, burlarse de alguien o gritarle.
- Ejercer una presión desproporcionada sobre una persona e imponerle, de forma deliberada, objetivos imposibles de alcanzar.
- Inducir de forma consciente y deliberada a una persona a cometer una falta.
- Aislar física o socialmente a una persona del resto del equipo.
- No tener en cuenta a una persona o excluirla de ventajas o decisiones que normalmente se ofrecen al resto del equipo (como la elección de turnos, vacaciones, promociones, formación, etc.), o asignarle únicamente tareas que los demás no quieren hacer y que no tienen nada que ver con sus funciones.
- Privar a alguien de sus funciones, su empleo o cambiarle de puesto sin causa justificada.
- Tener interacciones físicas inoportunas con alguien (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 reestructuración, pueden ser considerados como “acoso institucional”.

Ejemplos de conductas que podrían constituir comportamientos inapropiados o acoso de carácter sexual:

- Mantener un contacto físico inapropiado o excesivo.
- Realizar insinuaciones sexuales, invitaciones o regalos no recíprocos o inoportunos (perfumes, lencería...), ya sea de forma presencial, verbal o a través de medios electrónicos.
- Hacer comentarios inadecuados o preguntas inoportunas sobre el aspecto físico o la vida personal de alguien.
- Condicionar una promoción o cualquier beneficio profesional a la aceptación de una invitación romántica o de un encuentro sexual (algo que constituye, en cualquier caso, acoso sexual).

Valores y Principios de actuación

El Grupo Michelin asume el compromiso de garantizar un ambiente laboral de compañerismo y colaboración, acogedor y seguro, un entorno donde todos/as los/as empleados/as puedan desarrollarse sin obstáculos ni temores. La empresa es consciente de que el acoso genera un ambiente de trabajo hostil y puede producir graves efectos sobre la salud física y mental y el bienestar de las personas.

El Grupo prohíbe cualquier forma de acoso, ya sea de carácter moral o sexual, con independencia del medio empleado (físico, visual o a través de canales de comunicación digital), hacia cualquier persona con la que se mantenga relación en el entorno laboral, incluidas personas externas (candidatos, proveedores, clientes, colaboradores, distribuidores, visitantes, etc.). La existencia de una relación de superioridad jerárquica agrava la responsabilidad del autor o autora del acoso. Cualquier conducta calificada como acoso será objeto de sanción.

Los comportamientos considerados inapropiados quedan igualmente excluidos, por contravenir las exigencias éticas del Grupo. Su tratamiento se ajustará a la naturaleza de los hechos y al contexto en que hayan tenido lugar.

Michelin visibiliza su política de tolerancia cero frente al acoso, con independencia del cargo que ocupe la persona implicada, e implanta mecanismos de alerta equitativos, confidenciales y accesibles para sus empleados/as y demás partes interesadas. Anima a todas aquellas personas que hayan sido víctimas o testigos de acoso, o de comportamientos inapropiados, a informar de ello. Este enfoque fomenta un entorno en el que todos/as puedan expresar sus problemas con total confianza y el Grupo se compromete a garantizar que cualquier persona que comunique de buena fe una situación inapropiada esté protegida frente a cualquier forma de represalia.



El Grupo se compromete a tratar todos los casos con la máxima seriedad, garantizando la confidencialidad, en plazos razonables, con diligencia e imparcialidad, y adoptando las medidas necesarias para prevenir cualquier posible conflicto de interés durante la investigación. Asimismo, se compromete a sancionar todos los casos de acoso que resulten demostrados, así como a aplicar medidas correctoras proporcionales en respuesta a comportamientos inapropiados debidamente constatados.

Michelin lleva a cabo acciones de prevención y detección en todas las regiones, mediante la formación periódica de los/as mángers y miembros del Servicio de Personal, con el fin de fomentar comportamientos ejemplares alineados con el presente Código y con el modelo de liderazgo I CARE, y de promover un diálogo abierto sobre comportamientos inapropiados en el entorno laboral. Estas formaciones tienen también como finalidad capacitar a los/as mángers y miembros del Servicio de Personal para identificar conductas susceptibles de sanción y asegurar que todas las alertas éticas relacionadas con situaciones de acoso o de comportamientos inapropiados se tramiten con seriedad y eficacia.

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

Las personas afectadas por comportamientos inapropiados o por situaciones de acoso sexual o moral, que hayan sido demostradas mediante una investigación interna, deberán ser acompañadas en su proceso de recuperación personal y de reintegración profesional.

Michelin comunica anualmente, con total transparencia, cuántas alertas se han recibido por acoso o por comportamientos inapropiados, así como las medidas adoptadas y las sanciones impuestas, garantizando en todo momento el anonimato de las personas implicadas y la confidencialidad de sus datos.

Qué debo hacer

Como empleado/a

- Abstenerme de cualquier conducta que pudiera considerarse comportamiento inapropiado o acoso.
- Mantener una actitud y una comunicación respetuosas con todas las personas con las que interactúe en el entorno laboral, incluidos los contactos realizados a través de medios electrónicos (correo electrónico, videollamadas, mensajes de texto, etc.).
- Prestar atención al bienestar de mis compañeros/as, detectar posibles situaciones incómodas y actuar ante comportamientos inapropiados o acoso.
- Informar de cualquier situación que, a mi juicio, pueda constituir acoso o comportamiento inapropiado, ya sea como persona afectada o como testigo, a mi mánager, al Servicio de Personal, al Servicio de Seguridad y Prevención, al Servicio Jurídico, al médico de empresa y Prevención de Riesgos Laborales o realizarse a través de la Línea Ética.

Como mánager

- Fomentar un entorno profesional basado en el respeto mutuo, que favorezca el diálogo abierto y la expresión de cualquier problema.
- Prestar atención a la forma en que los miembros de mi equipo reaccionan ante mi manera de liderar y tener en cuenta sus comentarios.
- Informar a los/as empleados/as sobre los recursos disponibles en caso de acoso o comportamientos inapropiados y ofrecerles el apoyo necesario en el ejercicio de sus derechos.
- Animar a los/as empleados/as a que informen de cualquier situación que pueda constituir acoso o comportamiento inapropiado, ya sea como persona afectada o como testigo.

- Trasladar cualquier situación de acoso o de comportamiento inapropiado de la que tenga conocimiento a través de la Línea Ética, el Servicio de Personal o mi mánager. También puedes dirigirte al Servicio de Prevención y Seguridad, al Servicio Jurídico o al/a la Compliance Officer Regional.
- Concienciar sobre conductas y manifestaciones, ya sean conscientes o no, que puedan considerarse acoso o comportamientos inapropiados, para que puedan evitarse, detectarse, y se sepa cómo intervenir o comunicar una alerta si fuera necesario.

Qué no debo hacer

- Realizar comentarios que tengan como efecto denigrar, desacreditar, ofender o incomodar a una persona, aunque parezcan banales o se hagan con un tono humorístico.
- Seguir intentando seducir a alguien si la persona no muestra ninguna reacción positiva o si ha manifestado su rechazo.
- Ignorar o restar importancia a las alertas relacionadas con acoso moral, sexual o institucional, o con comportamientos inapropiados.
- Exigir a los/as empleados/as el cumplimiento de objetivos a toda costa, incluso cuando su consecución resulta inviable dadas las circunstancias.
- Realizar personalmente una investigación sobre una alerta de acoso o comportamiento inapropiado de la que tenga conocimiento.

Caso práctico 1

Has observado que dentro del equipo hay un/a compañero/a que está siendo marginado/a por otro/a; nunca le saluda, no le invita a participar en las reuniones del equipo y hace habitualmente comentarios despectivos sobre su aspecto físico.

¿Qué debes hacer?

Intenta entablar un diálogo con ambos/as para abordar lo que consideras una conducta inadecuada.

Anima a la persona afectada a hablar con su mánager o DP de proximidad (PDP), o a utilizar la [Línea Ética](#).

También puedes compartir tus observaciones con tu propio mánager.

Caso práctico 2

Tu responsable jerárquico es muy exigente. Reprinde públicamente a los miembros del equipo cuando el trabajo no se ha hecho cómo él esperaba, e incluso llega a humillar a una persona en plena reunión. Esta actitud genera un clima de miedo y estrés que afecta negativamente al estado de ánimo de todo el equipo. Nadie se atreve a decir nada porque ocupa un alto cargo y todo el mundo le teme. ¿Qué debes hacer?

Puedes hablar del tema con tu mánager, solo/a o con otros/as compañeros/as, exponiéndole que ese comportamiento resulta desmotivador, genera estrés y perjudica a todo el equipo.

Si no reacciona, también puedes recurrir a la [Línea Ética](#). Al mismo tiempo, puedes trasladar la situación a tu DP de proximidad (PDP).

El hecho de que la persona ocupe una posición jerárquica elevada en la empresa no le confiere ninguna protección especial. Además, la política de la empresa protege al informante frente a cualquier tipo de represalia.

Caso práctico 3

Trabajas en el departamento de ventas y un cliente te ha hecho saber de forma explícita que desea quedar contigo fuera del ámbito laboral, invitándote en varias ocasiones a tomar algo o a cenar. Pocos días después de rechazar sus invitaciones, el/la cliente/a manifiesta que dejará de adquirir productos del grupo Michelin o que reducirá significativamente sus pedidos si no accedes a sus peticiones. ¿Qué debes hacer?

Debes contárselo a tu mánager e informar de la situación a través de la [Línea Ética](#).

Además, puedes trasladarlo a tu DP de proximidad (PDP).

Caso práctico 4

Uno de tus compañeros no deja de dar palmadas en la espalda a otras personas. Aunque él lo considera un gesto amistoso, has notado que algunas personas se sienten incómodas con ese comportamiento, pero no se atreven a decírselo. ¿Qué debes hacer?

Explícale que ese comportamiento puede resultar incómodo o inapropiado para algunas personas, y recomiéndale que deje de hacerlo.

Caso práctico 5

Durante un ejercicio de team building, un participante externo ha tenido un comportamiento inapropiado contigo, haciéndote cumplidos reiterados, siguiéndote con la mirada durante todas las actividades y te ha propuesto quedar para tomar algo. Este comportamiento te ha incomodado y molestado durante las actividades. ¿Qué debes hacer?

Debes hacerle saber con firmeza que su comportamiento es inapropiado y pedirle que deje de actuar así. Puedes hacerlo solo/a o acompañado/a de otra persona para sentirte apoyado/a.

Informa de la situación a través de la [Línea Ética](#). También puedes comentarlo con tu mánager o con tu DP de proximidad (PDP).

Es fundamental pararle los pies a cualquiera que tenga un comportamiento inaceptable antes de que este degene o se repita con otras personas.

Salud y seguridad



La salud y la seguridad de las personas nos concierne a todos/as y deben prevalecer sobre cualquier otra prioridad operativa.

Propósitos

- Esforzarnos al máximo para garantizar y hacer cumplir las condiciones de seguridad sanitaria de los/as empleados/as, del personal de las empresas externas proveedoras de servicios y de los visitantes.
- Controlar el impacto en la salud de todos los productos y actividades sobre las poblaciones vecinas, los clientes y el público.

- Crear condiciones de trabajo que protejan la salud física, mental y social, favorezcan el equilibrio personal y el bienestar de todos/as, mantengan su capacidad para el trabajo y promuevan el acceso al empleo al mayor número posible de personas.

Principios de actuación

- La seguridad y la salud de las personas deben prevalecer en toda decisión o actuación empresarial.
- Cada persona tiene el deber de respetar las normas y de poner fin a cualquier situación de riesgo. También tiene derecho a abstenerse de realizar intervenciones para las que no cuente con la formación ni la validación necesarias para actuar con seguridad. Cualquier empleado/a que intervenga fuera de los centros del Grupo —por ejemplo, en 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 directrices del Grupo y la normativa local, la empresa opta siempre por aplicar los estándares que ofrezcan el mayor nivel de protección.
- La empresa pone en marcha los medios y condiciones necesarios para preservar de forma sostenible la capacidad para el trabajo, reducir la penosidad en el trabajo, preservar la salud física, mental y social, y garantizar la seguridad y el bienestar de todas las personas.

Responsabilidades

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

- **Empleados/as y sus representantes**

Son responsables de su propia salud y seguridad, y velan también por la de sus compañeros/as. Participan activamente con propuestas de mejora en materia de prevención y de calidad de vida en el trabajo.

- **Equipos**

Desempeñan un papel colectivo clave en la integración de las nuevas incorporaciones y en la comunicación de los riesgos.

- **Mánagers**

Son responsables de velar por la salud física y mental de sus equipos. Coordinan la elaboración y despliegue de los planes de mejora en materia de salud, seguridad y calidad de vida en el trabajo. Dan ejemplo y ejercen un liderazgo responsable en la aplicación de estas medidas.

Garantes

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

Definen y garantizan, cuando es obligatorio, la aplicación del Sistema de Gestión EP (SMEP), orientado al mantenimiento de los resultados y a su mejora continua. Son responsables de la evaluación de los riesgos físicos y químicos, así como del despliegue adecuado de los programas de prevención. También se encargan de impulsar los avances en materia de salud y seguridad, y adoptan decisiones para controlar los riesgos asociados a la introducción de nuevos materiales, de nuevas instalaciones o de nuevas condiciones de trabajo.

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

Actúan como garantes de la protección, por parte del mánager, de las personas en situación de riesgo, así como de la correcta implementación de la política de salud, seguridad y conductas esperadas. Además, supervisan las acciones relacionadas con la calidad de vida en el trabajo y la prevención de riesgos psicosociales.

- **Personal sanitario**

Es responsable de la asistencia médica, del seguimiento del estado de salud y de la capacidad para el trabajo, así como del asesoramiento en materia de salud, seguridad, calidad de vida en el trabajo y riesgos psicosociales, tanto al personal como a la empresa. Participa activamente en la formulación de propuestas en materia de prevención y tiene el deber de informar sobre cualquier situación que considere inaceptable.

Qué debo hacer

- Utilizar los Equipos de Protección Individual exigidos en el Dossier de Prevención en el Puesto para el desempeño de mis funciones.
- Comprobar los dispositivos de seguridad de mi puesto de trabajo.
- Mantener una actitud vigilante 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 la mejora del entorno laboral y de las instalaciones comunes (incluido el orden y la limpieza).
- Respetar las normas de circulación tanto dentro del centro como en el exterior.
- Hacer propuestas en materia de mejora de la calidad de vida en el trabajo.

Qué no debo hacer

- Realizar una operación o tarea sin haber recibido la formación adecuada (acreditación profesional u otra habilitación).
- Desactivar un dispositivo de seguridad de mi puesto de trabajo fuera de una intervención prevista y bajo control.
- Ocupar mi puesto de trabajo bajo los efectos de sustancias psicotrópicas (alcohol, drogas, tranquilizantes, etc.).

Esclavitud moderna, trabajo forzoso y trata de seres humanos

Michelin se opone a cualquier forma de trabajo forzoso, ya sea en sus instalaciones o en su entorno de actuación, incluidos sus clientes y proveedores.

Según la OIT, en 2021, 50 millones de personas en el mundo eran víctimas de esclavitud moderna. De ellas, 28 millones se encontraban sometidas a trabajo forzoso. Los sectores donde esta práctica está más extendida son: la minería y las canteras, el turismo, la agricultura, la industria agroalimentaria, la construcción y la fabricación de productos electrónicos. 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/as trabajadores/as desplazados/as y las personas en situación administrativa irregular pueden verse expuestos a condiciones de dependencia y trabajo forzoso.

Definiciones

Los conceptos de esclavitud moderna y trata de seres humanos han sido definidos por las Naciones Unidas como: “La captación, el transporte, el traslado, la acogida o la recepción de personas, recurriendo a la amenaza o al uso de la fuerza u otras formas de coacción, al secuestro, al fraude, al engaño, al abuso de poder o de una situación de vulnerabilidad o a la concesión o recepción de pagos o beneficios para obtener el consentimiento de una persona que tenga autoridad sobre otra, con fines de explotación. Esta explotación incluirá, como mínimo, la explotación de la prostitución ajena u otras formas de explotación sexual, los trabajos o servicios forzados, la esclavitud, la servidumbre o la extracción de órganos”.

Michelin manifiesta su firme oposición al trabajo forzoso, tal y como se define según los principios generales ampliamente reconocidos por el Derecho internacional. Este se caracteriza por situaciones en las que los/as trabajadores/as son obligados a realizar un trabajo o servicio contra su voluntad, sin remuneración y/o bajo amenazas ilegales de uso de la fuerza, fraude, coacción, endeudamiento o retención de documentos de identidad.

El trabajo forzoso puede consistir en:

- **Hacer que el/la empleado/a firme un contrato de trabajo cuyos términos no comprende.** Por ejemplo: un contrato de trabajo que no está redactado en el idioma del/de la empleado/a.
- **Coaccionar psicológica o físicamente** a un/a empleado/a para que haga un trabajo. Por ejemplo: amenazar con despedir a un/a empleado/a si no hace una operación peligrosa que no forma parte de sus tareas o para la que no ha recibido una formación previa.
- **Limitar la autonomía** de una persona. Por ejemplo, reteniendo sus documentos de identidad, obligándole a dormir en la empresa, a depender del/de la empleador/a para abrir una cuenta bancaria, a no disponer libremente de su tiempo de ocio, etc.
- **Llevar a un/a empleado/a 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/as candidatos/as sumas muy importantes (gastos de transporte, alojamiento, seguro...) en la fase de selección o contratación. En estos casos, los/as empleados/as pueden tardar años en saldar su deuda con el/la empleador/a.

Principios de actuación

El Grupo se compromete a:

- No recurrir jamás a formas de esclavitud moderna ni de trata de seres humanos en el desarrollo de sus actividades.
- Garantizar que los proveedores y clientes con los que colabora respeten estos mismos principios.
- Asegurar que las agencias de trabajo temporal con las que el Grupo colabore se comprometan al cumplimiento de estos principios.
- Realizar la debida diligencia respecto de los terceros (clientes, proveedores, u otros) con los que establezca relaciones profesionales.
- Adoptar medidas reforzadas de vigilancia en el desarrollo de sus actividades en aquellos países considerados de riesgo en materia de esclavitud moderna o trata de seres humanos.

Además, especialmente en materia de trabajo forzado, el Grupo se compromete a*:

- En caso de utilizarse contratos de trabajo, **diseñar contratos de trabajo legibles y comprensibles** por todos/as los/as empleados/as.
- **No obligar a trabajar a un/a empleado/a bajo coacción** y respetar su autonomía.
- Garantizar que **cada empleado/a disponga libremente de sus documentos de identidad y pueda extinguir su contrato de trabajo por iniciativa propia**, de acuerdo con el plazo de preaviso estipulado en la normativa local o su contrato de trabajo.
- **Prohibir el cobro de comisiones o gastos de contratación** a los solicitantes de empleo.
- Trabajar con agencias de contratación y de trabajo temporal que respeten los Principios generales de contratación equitativa de la OIT y que no endeuden al/a la empleado/a, con el fin de evitar cualquier forma de servidumbre hacia el/la empleador/a.

* Las referencias a contratos de trabajo se aplican únicamente en aquellos contextos en los que efectivamente se utilicen este tipo de contratos.

Michelin se compromete asimismo a **luchar contra el trabajo forzoso en su cadena de subcontratación**. El Grupo identifica los sectores y proveedores de mayor riesgo y establece un procedimiento para evaluar y gestionar dicho riesgo en su cadena de suministro.

Se presta especial atención a los/as trabajadores/as inmigrantes, al considerarse uno de los colectivos más vulnerables en lo que respecta al respeto de los derechos humanos. Con frecuencia no hablan el idioma del país, no cuentan con ayuda de familiares y, por lo tanto, dependen especialmente de las agencias de contratación y del/de la empleador/a.

Directrices aplicables a todo el personal del grupo Michelin

Qué debo hacer

- Adoptar medidas reforzadas de vigilancia en aquellos países en los que exista riesgo de esclavitud moderna o trata de seres humanos, ya sea por hechos constatados o por indicios suficientes que permitan identificar una situación de riesgo.

- Conocer los mecanismos de alerta que tengo a mi disposición y comunicar de inmediato cualquier situación que, a mi juicio, pueda entrañar un riesgo.
- Recurrir a las personas de referencia cuando tenga dudas sobre alguna situación.

Qué no debo hacer

- Tolerar la esclavitud moderna ni la trata de seres humanos, ni entablar relaciones comerciales con terceros sin haber realizado las verificaciones oportunas, incluso cuando se trate de una práctica considerada habitual en un determinado país.
- Mirar hacia otro lado ante situaciones de esclavitud moderna o trata de seres humanos cuando se detecte o se sospeche que se dan en la actividad de un proveedor, cliente o socio.

Directrices para las personas que trabajan en los centros Michelin

Responsables de personal, responsables jurídicos y directores de los centros

Qué debo hacer

- Cuando se utilicen 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/la empleado/a las entienda.
- Asegurarme, durante el proceso de contratación por los servicios de Michelin, que no se facture ningún gasto de contratación al/a la candidato/a (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/a la empleado/a si la legislación del país obliga al/a la empleador/a a conservarlos. Garantizar que pueda recuperarlos en cualquier momento.
- Estar atento a los posibles "signos" que podrían indicar que el/la empleado/a está haciendo trabajo forzoso: número excesivo de horas extra, aislamiento, presión financiera, etc.
- Dar a los/as trabajadores/as acceso gratuito a la información sobre sus derechos y condiciones laborales.

Qué no debo hacer

- Conservar los documentos de identidad de los/a empleados/a como garantía.
- Aceptar que los/as trabajadores/as 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/a empleado/a para que siga trabajando en el Grupo contra su voluntad.

Directrices para los Responsables de Compras del Grupo y 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 considerados de riesgo y en el caso concreto de los/as trabajadores/as inmigrantes, cumplan con la normativa vigente y sean equitativas (sin gastos para los/as contratados/as, que el/la trabajador/a no tenga una cuenta bancaria gestionada por la agencia, etc.).
- Identificar los países y las categorías de compra con mayor riesgo en materia de trabajo forzoso para mejorar la localización de riesgos en materia de RSE de los proveedores y orientar las evaluaciones documentales.
- Proponer un plan de actuación adaptado para los proveedores o sectores de compras de mayor riesgo.
- Facilitar el acceso a la [Línea Ética](#) tanto a proveedores como a sus empleados. Informar sobre el procedimiento de alerta a través del portal de compras.
- Identificar, en el caso de los proveedores de caucho natural, las zonas potencialmente expuestas al trabajo forzoso y establecer planes de actuación para erradicarlo.
- Prestar especial atención a la situación de los/as empleados/as de las empresas subcontratistas del Grupo cuando presten sus servicios en las instalaciones del Grupo.

Casos prácticos

Caso práctico 1

Trabajas con una agencia de trabajo temporal en un país con riesgo de esclavitud moderna, ¿qué debes hacer?

Me aseguro de que se hayan realizado las diligencias previas necesarias, de que los principios de Compras del Grupo hayan sido transmitidos a la agencia y esta se haya comprometido a cumplirlos, y de que los contratos de compra incluyan una cláusula específica al respecto.

Caso práctico 2

El Grupo acaba de adquirir una nueva sociedad situada en un país de riesgo. ¿Qué medidas deben adoptarse de manera inmediata?

- Asegurarse de que se han llevado a cabo las comprobaciones previas a la adquisición, así como un análisis de riesgos.
- Asegurarse de que el Código Ético y la política en materia de Derechos Humanos se implementen en la nueva sociedad a la mayor brevedad.
- Asegurarse de que las formaciones específicas sobre la materia se pongan en marcha lo antes posible.

Caso práctico 3

Eres responsable de personal de una Dirección “país”. Varios trabajadores, procedentes de una región vecina, te informan de que la agencia de contratación se ha quedado con sus documentos de identidad como “garantía financiera” del contrato de trabajo. ¿Qué debes hacer?

Se trata de una práctica de trabajo forzoso. Debes ponerte en contacto con la agencia. Intenta encontrar soluciones para que la “deuda” de los/as empleados/as sea cancelada. Evalúa la disposición de la agencia para corregir dichas prácticas. En caso contrario, recurre a un proveedor que respete los derechos humanos. Debes asegurarte de que los/as trabajadores/as recuperan sus documentos y, en adelante, extremar la vigilancia en la selección de socios o proveedores.

Documentación de referencia

- [Convenio OIT n.º 29](#)
- [Protocolo OIT n.º 29](#)
- [Convenio OIT n.º 105](#)
- [Recomendación OIT n.º 203](#)
- Política Marco sobre Derechos Humanos del grupo Michelin

A quién contactar

- Equipo DCDI
- Responsables Regionales de Sostenibilidad
- Servicio Jurídico
- Compliance Officers Regionales
- Servicio de Personal
- Equipo DOA

Trabajo infantil



En Michelin nos oponemos a cualquier forma de trabajo infantil que pueda poner en riesgo la salud, la integridad o la escolarización de los/as menores, o que resulte contraria a los convenios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

Nuestro compromiso es proteger a los/as menores, favorecer su desarrollo físico y psicológico, y excluir de nuestras actividades —y de las de nuestros proveedores— cualquier forma de trabajo que contravenga estos principios.

Definición

El concepto de “trabajo infantil” incluye todas las actividades que priven a los/as menores de su infancia, perjudiquen su escolaridad, salud y desarrollo físico y mental. Se considera que esto ocurre cuando se trata de trabajos:

- peligrosos para la salud, el desarrollo físico, social o mental de los/as menores;
- que comprometan su educación o les prive de escolarización;
- que les obligue a combinar actividades escolares y profesionales excesivamente largas y duras para ellos/as.

La 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 o de la menor ni ser nocivo para su salud y su desarrollo. Con esta condición, la OIT considera aceptables algunos trabajos ligeros a partir de 13 años. Por último, un/a menor no debe interrumpir su escolarización antes de la edad obligatoria en el país correspondiente.

Principios de actuación

Directrices para el personal que trabaja 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 está enmarcado en un programa de prácticas, no sustituye a la escolarización y no perjudica al desarrollo ni a 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 cumplimiento las siguientes normas: prohibición de que los menores de 18 años realicen trabajos peligrosos y prohibición general del trabajo de menores de 15 años. Puede haber excepciones según la naturaleza de la actividad, siempre que las prácticas se ajusten a los Convenios 138 y 182 de la OIT, así como a la normativa nacional vigente, garantizando en cualquier caso que el trabajo no sustituya a la escolarización y no perjudique el desarrollo y la salud de la persona.
- El Grupo ha desarrollado una estrategia específica en el caso del caucho natural, para localizar el riesgo de trabajo infantil en su cadena de suministro, implementar medidas y hacer un seguimiento en las zonas de mayor riesgo.
- Asimismo, el Grupo evalúa los riesgos relacionados con los derechos humanos —como el trabajo infantil— en su red de proveedores, especialmente en países y categorías de compras de mayor riesgo. Los proveedores cuyas prácticas materia de RSE no se ajusten a los estándares de Michelin deben adoptar planes de medidas correctivas.

Qué debo hacer

- Comparar la normativa nacional con los principios y directrices de la empresa en materia de edad mínima para trabajar, y aplicar siempre la más estricta.
- Comprobar los documentos de identidad de los/as empleados/as para garantizar que tengan como mínimo 18 años.
- Reforzar la vigilancia en los países donde el trabajo de menores sea frecuente, también entre los proveedores.

Qué no debo hacer

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

Caso práctico 1

Te han nombrado responsable de un taller en una fábrica. Algunos/as empleados/as te parecen muy jóvenes. Después de comprobar sus documentos de identidad, resulta que uno tiene 16 años y desempeña un trabajo pesado.

¿Qué debes hacer?

Aunque la legislación del país en cuestión permita trabajar a partir de los 16 años, las normas de la empresa exigen que cualquier persona menor de 18 años cuente con un contrato específico autorizado (por ejemplo, de prácticas). Debes asegurarte de que dicho/a empleado/a está contratado/a como estudiante de prácticas, de que el puesto no sustituye su escolarización y de que las tareas asignadas no perjudican su salud (no deben tratarse de trabajos pesados).

Caso práctico 2

Eres director/a de una Región que incluye un país en desarrollo. Una ONG se pone en contacto con Michelin para denunciar que hay menores trabajando en una plantación de caucho que suministra al Grupo de forma indirecta. Tras una investigación, compruebas que se trata de adolescentes que ayudan ocasionalmente a sus padres en las plantaciones. ¿Debes informar de ello igualmente?

Sí. Debes informar del caso al departamento de Compras, que será el encargado de valorar las medidas que deben adoptarse (por ejemplo, establecer un plan de actuación con la plantación o poner fin al contrato). También puedes presentar una alerta a través de la Línea Ética.

Seguridad - Protección de activos



En este contexto, los “activos” de Michelin incluyen tanto las personas como los bienes materiales, así como los conocimientos teóricos y prácticos del Grupo. Proteger los activos es fundamental para el futuro del Grupo.

Todos somos responsables de la seguridad y la protección.

Principios de actuación

Todos/as los/as empleados/as 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 equipos, 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 - Crítico, Nivel 2 - Grave, Nivel 3 - Bajo*).
- **La información clasificada como D1 y D2 solo debe compartirse con las personas que “necesitan conocerla”.**
- Los máangers 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, lógicamente, utilizando Windows + L o Ctrl + Alt + Suprimir.
- El personal debe **clasificar los activos según su importancia en términos de Confidencialidad, Integridad y Disponibilidad.**
- El personal debe **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 protegido:

- 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 en zonas clasificadas.

Qué debo hacer

- Bloquear mi ordenador portátil.
- Llevar mi tarjeta de identificación durante toda la jornada laboral.
- Reservar los viajes a través de una agencia aprobada por el Grupo.
- Cumplir con 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 restringidas con mi tarjeta de identificación.
- Dejar mi ordenador portátil sin las debidas medidas de seguridad (por ejemplo: en mi puesto de trabajo, en el hotel, en mi coche, etc.)
- Ignorar las normas por razones de comodidad.
- Publicar información sensible o confidencial (fotos de instalaciones, procedimientos) en redes sociales.
- Utilizar los recursos del Grupo para fines personales, salvo que dicho uso esté expresamente autorizado por una política en mi Región o país.

Mi conducta en el trabajo



Cada empleado/a de Michelin, con independencia del país en el que se encuentre, debe cumplir personalmente con los presentes **principios y directrices internas en materia de ética empresarial**.

El incumplimiento de estos principios y directrices internas puede generar responsabilidades personales y acarrear sanciones disciplinarias, así como procedimientos judiciales civiles o penales.

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

Regalos e invitaciones



Michelin no tolera ninguna forma de corrupción, ya sea de carácter público o privado, activa o pasiva, directa o indirecta. El Grupo se compromete a desarrollar su actividad con integridad, sin ejercer una influencia indebida sobre ningún socio comercial, funcionario ni sobre ninguna otra persona física o jurídica.

En el marco de sus relaciones comerciales, el intercambio de regalos o invitaciones puede afectar a la independencia de criterio de los/as empleados/as en sus relaciones con socios externos (clientes, proveedores u otros colaboradores). Por ello, el Grupo se compromete a no aceptar regalos ni invitaciones que puedan perjudicar su reputación, y dispone de una Directiva del Grupo específica sobre esta materia.

Definiciones

Los regalos e invitaciones de carácter desproporcionado pueden ser considerados sobornos.

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

- Entregados o recibidos;
- Directamente por un/a empleado/a o indirectamente a través de un tercero representante del Grupo;
- Directamente a un/a empleado/a del Grupo o indirectamente a un familiar.

Se entiende por **tercero representante** cualquier persona física o jurídica que actúe en nombre del Grupo. Por ejemplo: miembros de grupos de presión, abogados, asesores fiscales, representantes comerciales o intermediarios. Cualquier actuación o decisión inapropiada por parte de estos terceros podría imputarse al Grupo. Por ello, su conducta deberá ajustarse a lo dispuesto en el presente Código y a cualquier política que resulte aplicable a su actividad.

Principios de actuación

Por norma general, el grupo Michelin no prohíbe los regalos ni las invitaciones.

El hecho de ofrecer o recibir un regalo o una invitación no constituye, en sí mismo, un acto de corrupción. No obstante, puede considerarse como tal cuando:

- Exista una contraprestación oculta o no declarada;
- El regalo o invitación tenga por objeto influir en el criterio profesional, inducir a una persona a actuar en contra de los intereses de su empresa, o intentar obtener una ventaja de ella.

Por ello, el Grupo se compromete a no aceptar ni ofrecer regalos o atenciones que puedan perjudicar su reputación.

Por consiguiente, está prohibido que cualquier empleado/a o tercero que represente al Grupo acepte un regalo, una invitación o cualquier otro beneficio que pueda comprometer su criterio, imparcialidad o independencia y llevarle a no actuar en interés del Grupo.

Del mismo modo, se prohíbe a los/as empleados/as o representantes del Grupo ofrecer regalos, invitaciones u otras ventajas que pudieran tener el mismo efecto sobre terceros.

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

No obstante, podrá aceptarse un regalo o invitación siempre que se cumplan todos los requisitos siguientes:

- Se ajuste al presente Código y a la/s política/s de regalos aplicable/s;
- Tenga un valor razonable;
- Se trate de un gesto ocasional;
- Responda a una finalidad profesional legítima;
- Esté autorizado por una política interna, validado por las personas designadas a tal efecto y debidamente registrado en el correspondiente registro de regalos.

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

Ofrecer un regalo o una invitación

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

No obstante, podrá ofrecerse un regalo o una invitación siempre que se cumplan todos los requisitos siguientes:

- Se ajuste al presente Código y a la/s política/s de regalos aplicable/s;
- Tenga un valor razonable;
- Se trate de un gesto ocasional;
- Responda a una finalidad profesional legítima;
- Esté autorizado por una política interna, validado por las personas designadas a tal efecto y debidamente registrado en el correspondiente registro de regalos.

En caso de duda, se recomienda evitar ofrecer regalos.

Qué debo hacer

- Conocer y cumplir la política del Grupo en materia de regalos e invitaciones, en particular los umbrales y criterios de aceptabilidad.
- Explicar a los socios comerciales la política de regalos e invitaciones aplicable para evitar cualquier malentendido.
- Consultar a mi mánager y al Servicio Jurídico / Compliance en caso de duda.

Qué no debo hacer

- Aceptar regalos e invitaciones que puedan influir en mi comportamiento en el ejercicio de mis actividades profesionales.
- Dar o aceptar regalos o invitaciones de un valor desproporcionado.
- Dar o aceptar regalos o invitaciones sin respetar el proceso de inscripción en el registro y de autorización definido en la política de Regalos e Invitaciones.

Caso práctico 1

La política de regalos de tu Región autoriza a los/as empleados/as a aceptar obsequios promocionales de un valor inferior a un determinado importe. Un proveedor te regala, como comprador, unos auriculares personalizados con su logotipo, cuyo valor podría ser superior al autorizado por la política. No quieres ofenderle... ¿Puedes aceptar el regalo?

Debes informar a tu mánager o al/a la Compliance Officer Regional. Debes registrarlo en el correspondiente registro de regalos si el valor supera el umbral permitido y seguir el procedimiento establecido en la política de Regalos e Invitaciones del Grupo antes de aceptarlo.

Caso práctico 2

Eres Key Account Manager de X, un cliente importante. En los últimos seis meses, la relación comercial con dicho cliente se ha deteriorado, algo que te ha comunicado directamente su director de compras. Con el fin de mantener el volumen de negocio, estás valorando invitarle a cenar en un restaurante con 2 estrellas Michelin. ¿Está permitida esta práctica?

Debes consultar la Política de Regalos e Invitaciones del Grupo, así como la política nacional vigente en tu país, si procede, y comentarlo con tu mánager. Si bien pueden admitirse comidas ocasionales y de valor razonable, una cena en un restaurante con estrella Michelin podría considerarse de valor desproporcionado. En caso de duda, deberás consultar con el Servicio Jurídico / Compliance.

Comercio internacional y control de exportaciones



El Grupo está sujeto a numerosas normativas y debe garantizar el cumplimiento de todas ellas en todos los flujos de bienes, tanto materiales como inmateriales.

Contexto

El Grupo está sujeto a numerosas normativas:

- **Las normativas aduaneras**, que regulan la importación y exportación de todo tipo de mercancías, independientemente de su naturaleza, origen, valor, uso o medio de transporte.
- **Las normativas sobre el control de exportaciones**, que restringen las transacciones con determinados países en lo que respecta a productos, tecnologías, software o servicios. Debe prestarse especial atención a las tecnologías y productos de doble uso, que se utilizan tanto con fines civiles como militares.

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

Valores y Principios de actuación

Valores

El Grupo debe garantizar el cumplimiento de todas las normativas relativas al flujo de bienes, tanto materiales como inmateriales.

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

Por ejemplo: las certificaciones aduaneras de OEA (Operador Económico Autorizado) para Europa o C-TPAT (*Customs Trade Partnership Against Terrorism*), su equivalente en EE. UU., permiten al Grupo beneficiarse de procedimientos de despacho aduanero simplificados y más seguros.

Principios de actuación

La función Aduanas y Control de Exportaciones define las políticas para garantizar el cumplimiento de todas estas normativas.

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

Cada empleado/a es responsable de que sus actividades cumplan con dichas normativas.

Qué debo hacer

- Contar sistemáticamente con la colaboración de los equipos de Aduanas y Control de Exportaciones en la implantación de un nuevo centro de producción industrial o comercial, de un nuevo flujo internacional o de cualquier operación que no se ajuste a los procesos estándar del Grupo.
- Realizar la formación interna sobre Control de Exportaciones para identificar adecuadamente las zonas de riesgo y adoptar las medidas oportunas.
- Asegurarme de que se hayan incluido las cláusulas estándar sobre Control de Exportaciones en los documentos contractuales con nuestros clientes.
- Cumplir con los estándares y normas del Grupo y contactar con los equipos de Aduanas y Control de Exportaciones en caso de dudas o preguntas por parte 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 haber consultado previamente a los equipos de Aduanas y Control de Exportaciones.
- Otorgar poder a un agente de aduanas (para tramitar una declaración aduanera de exportación o importación).
- Pagar a un agente de aduanas, transportista o cualquier otro socio para acelerar el cruce de fronteras o una operación de despacho aduanero.
- Iniciar o participar en una transacción hacia un país prohibido por la política del Grupo.
- Ignorar las medidas de control de exportaciones alegando que los bienes de uso militar no están dentro del ámbito de mis funciones.

Caso práctico 1

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

Debes ponerte en contacto con los equipos de Aduanas. Cualquier solicitud cuyo objeto sea reducir los derechos de aduana a la importación (añadir una anotación en la factura, reducir el valor, incluso para envíos gratuitos,

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

Caso práctico 2

Estás en contacto con un cliente potencial de un país prohibido por la política del Grupo. Este te propone hacer la transacción a través de un tercero de otro país para eludir dicha prohibición. ¿Qué debes hacer?

Debes informar al equipo de Aduanas y Control de Exportaciones. Incluso en caso de flujos indirectos, puedes estar sujeto a la normativa sobre control de exportaciones.

Competencia leal



“Defendemos una competencia comercial leal, ejercida por todos los agentes del mercado en el marco de la normativa en materia de derecho de la competencia”.

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

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

La competencia leal contribuye a lograr los intereses colectivos: promover mejores precios y servicios para los consumidores y fomentar la innovación.

La competencia leal es un principio reconocido en muchos países. Las autoridades garantizan su cumplimiento mediante un dispositivo legislativo y reglamentario.

Un comportamiento anticompetitivo puede exponer al Grupo o a sus empleados/as a importantes sanciones: multas elevadas, reclamación de indemnizaciones, deterioro de la reputación e incluso penas de prisión.

Principios de actuación

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

Para garantizar el cumplimiento por parte de sus empleados de la normativa en materia de competencia, Michelin ha implementado un **programa de conformidad específico**. Este dispositivo incluye principios y planes de actuación, así como formación periódica para los grupos sensibles (ventas y marketing). Estos/as empleados/as están sometidos a un control permanente, en particular por parte del Servicio Jurídico.

El Grupo garantiza la efectividad del principio de competencia leal mediante la exclusión de:

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

- La imposición de condiciones abusivas a clientes o proveedores;
- Cualquier actuación que distorsione el libre juego de la competencia.

El cumplimiento del principio de competencia leal es responsabilidad de todos/as. Cada empleado/a debe 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, salvo en contextos estructurados (por ejemplo, asociaciones profesionales).
- Respetar la obligación de confidencialidad.
- Adoptar una conducta adecuada hacia los clientes, teniendo en cuenta la posición del Grupo en el mercado (una cuota de mercado elevada implica una mayor responsabilidad para 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 (por ejemplo, distribuidores).

Caso práctico 1

Un cliente distribuidor (A) te propone hablar sobre el 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. Te pide que hables con B para que aumente sus precios y asegurarse así márgenes más elevados. ¿Es aceptable este tipo de propuesta?

No. Si accedes a esta petición (solicitar a B que aumente sus precios), el Grupo estaría incurriendo en una infracción, ya que se le podría considerar un “facilitador” de un cartel (fijación concertada de precios de venta). Por lo tanto, debes explicarle que no puedes intervenir en la política de precios de los clientes, que son libres de fijarlos.

Caso práctico 2

Representas a Michelin en una asociación profesional y participas en reuniones sobre temas de interés general para el sector. Estas reuniones están reguladas y nunca se abordan temas sensibles de carácter comercial (precios, volúmenes, costes, etc.). Un miembro de la asociación, que trabaja en una empresa de la competencia, te propone ir a tomar algo con otros miembros/competidores. Dice que quiere conocerte mejor porque trabajáis en lo mismo y, a fin de cuentas, compartís intereses. ¿Debes aceptar?

No. Debes rechazar la invitación y evitar cualquier conversación, aunque sea informal, con la competencia. Si este tipo de intercambio deriva en una práctica concertada, el simple hecho de haber participado en la reunión podría dar lugar a sanciones (incluidas multas) por parte de las autoridades.

Evitar los conflictos de intereses



“Queremos prevenir la aparición de posibles conflictos de intereses entre las responsabilidades de los miembros del personal dentro y fuera de la empresa. Para ello, esperamos que nuestros/as empleados/as eviten cualquier actividad personal, financiera, comercial o de otra índole, que pueda entrar en conflicto con los intereses legítimos del grupo Michelin, influir en la objetividad de las decisiones profesionales o generar situaciones ambiguas debido a sus funciones dentro de 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/a empleado/a se contraponen a los intereses de su empleador/a.

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

Aunque no todos los países disponen de una definición legal del conflicto de intereses, este tipo de conductas suele estar sancionado penalmente.

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

- **Conflicto de intereses real:** situación en la que un/a empleado/a tiene un interés personal que entra en conflicto con los intereses de Michelin y que influye en el desempeño de sus funciones dentro de la empresa.
- **Conflicto de intereses potencial:** situación en la que los intereses personales de un/a empleado/a pueden entrar en conflicto con los de Michelin; el/la empleado/a deberá permanecer atento/a para que un conflicto potencial no se convierta en un conflicto real.
- **Conflicto de intereses aparente:** situación en la que puede percibirse que los intereses personales de un/a empleado/a dan lugar a un conflicto de intereses.

Principios de actuación

Cada empleado/a debe informar a su mánager y/o al Servicio de Personal de cualquier situación de conflicto de intereses (real, potencial o aparente) para asegurarse de que la situación se identifique y gestione de conformidad con la política del Grupo.

Todos/as los/as empleados/as deben prestar especial atención en caso de relaciones personales o familiares con una persona que trabaje para la competencia, un proveedor o un cliente del Grupo. Aunque dicha relación no es ilícita, no deberá comprometer los intereses legítimos de Michelin.

Cualquier situación que pueda generar una duda razonable sobre la imparcialidad, la lealtad hacia el Grupo o la integridad de un/a empleado/a, aunque sea infundada, podrá considerarse un riesgo de conflicto de intereses.

Qué debo hacer

- Consultar con mi mánager si mi situación personal (o la de personas cercanas a mí) pudiera dar lugar a un conflicto de intereses, ya sea en favor o en perjuicio de los intereses de Michelin.
- Evitar favorecer a amistades y conocidos en mis decisiones y actividades profesionales.
- Asegurarme de que todas mis decisiones se tomen de forma justa e imparcial, priorizando en todo momento los intereses del Grupo.

Qué no debo hacer

- Poseer o adquirir 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

Sabes que tu centro de producción industrial va a publicar próximamente una licitación para seleccionar una empresa de limpieza. Tu hijo/a dirige una empresa local muy conocida y eficiente del sector. ¿Qué actitud debes adoptar respecto a tu entorno familiar y el Grupo?

Debes evitar mencionar esta licitación a tus familiares. Asimismo, debes informar y hablar con tu mánager sobre la existencia de esta relación, ya que podría considerarse un conflicto de intereses.

En ningún caso debes participar en la selección de proveedores ni en el proceso de licitación.

Debes actuar con especial prudencia, ya que incluso una mención informal sobre la actividad de tu hijo/a a un compañero/a implicado/a en el proceso de licitación podría interpretarse como un conflicto de intereses.

Caso práctico 2

Tu hijo está buscando trabajo y acaba de enviar el currículum a uno de tus principales clientes. Durante una conversación con el cliente, este menciona varias veces esta candidatura. ¿Qué debes hacer?

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

Junto a tu mánager, deberás aclarar la situación con el cliente para evitar cualquier forma de presión, directa o indirecta.

Donativos a organizaciones benéficas y aportaciones a partidos políticos



Michelin prohíbe cualquier tipo de donación o contribución política.

El Grupo da prioridad a la participación en acciones benéficas que generen un impacto positivo en las comunidades y grupos sociales con los que mantiene relación.

Definiciones

Las contribuciones a organizaciones benéficas son donaciones realizadas a una organización benéfica, una obra de beneficencia o una fundación, ya sea de carácter público o privado. Estas donaciones pueden consistir en sumas de dinero, bienes inmuebles, bienes muebles, valores mobiliarios u otros artículos de valor.

Las contribuciones a partidos políticos hacen referencia a la financiación, ya sea en fondos o en recursos, otorgada directa o indirectamente a partidos políticos, candidatos a cargos públicos o a comités de acción política (PACs, por sus siglas en inglés).

Principios de actuación

Contribuciones a partidos políticos

Michelin prohíbe cualquier tipo de donación o contribución política, ya sea directa o indirecta, incluso a través de terceros.

El Grupo considera legítimo expresar su posición, con integridad, ante los responsables públicos, con el fin de exponer los puntos de vista que estime pertinentes sobre cuestiones que afecten a su actividad. Estos intercambios deben realizarse con honestidad y transparencia, en interés de todas las partes interesadas, tales como accionistas, clientes, socios y empleados/as de la jurisdicción correspondiente (país, provincia, estado, ciudad, etc.).

Asimismo, está estrictamente prohibido que terceros (por ejemplo: representantes, intermediarios o asesores externos) efectúen donaciones o contribuciones políticas en nombre del Grupo o en representación de este, especialmente con el objetivo de obtener algún tipo de ventaja.

Contribuciones a organizaciones benéficas

Michelin puede apoyar causas que reflejen los valores del grupo y que estén alineadas con su estrategia de Grupo.

Las contribuciones benéficas están autorizadas siempre que cumplan los siguientes requisitos:

- Respeten los principios establecidos en el presente Código y en el Código de Conducta Anticorrupción;
- Se realicen a través de la Fundación Michelin o mediante los equipos regionales responsables;
- Se registren en un libro o registro específico;
- Estén autorizadas por la legislación vigente;
- Se comuniquen públicamente cuando así lo exija la legislación vigente;
- Estén reguladas por una política escrita de la Región o del Grupo, o hayan sido expresamente autorizadas por escrito por la Dirección Regional.

Está estrictamente prohibido que terceros (como, por ejemplo, representantes, intermediarios o asesores externos) efectúen donaciones o contribuciones benéficas en nombre del Grupo sin la debida autorización previa por escrito.

Qué debo hacer

- Asegurarme previamente de que la contribución benéfica de una entidad del Grupo se ajuste a lo establecido en el presente Código y a la legislación aplicable.
- Consultar con mi mánager, el/la Compliance Officer Regional o el Servicio Jurídico en caso de duda.

Qué no debo hacer

- Utilizar los fondos o recursos del Grupo para realizar una contribución política o efectuar contribuciones políticas en nombre del Grupo, ya sea de forma directa o a través de un intermediario.
- Difundir eslóganes a favor de un candidato político en las instalaciones del Grupo.
- Realizar una contribución benéfica que pueda vincularse con un soborno. En caso de duda, debo consultar este Código, los apartados [Regalos e invitaciones](#), [Lucha contra la corrupción](#), y/o dirigirme al Servicio Jurídico.

Caso práctico 1

Formas 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 su mandato, la representante política se pone en contacto contigo. 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 debes actuar?

Michelin autoriza las visitas a las instalaciones para que los representantes públicos puedan informarse sobre sus operaciones. No obstante, estas visitas se desaconsejan durante las campañas políticas. Debes ponerte inmediatamente en contacto con el equipo de Relaciones Institucionales, el/la Compliance Officer Regional o el Servicio Jurídico, y seguir sus consejos e instrucciones antes de responder a la solicitud.

Caso práctico 2

Consideras que tu centro debería apoyar un evento local destinado a recaudar fondos para una organización benéfica que beneficia a la comunidad. ¿A quién deberías contactar para estudiar esta posibilidad?

Debes ponerte en contacto con el departamento de Relaciones Institucionales.



Prevenir el uso indebido de información privilegiada

“La empresa exige a cualquier empleado/a que, en el ejercicio de su actividad profesional, tenga acceso a información confidencial susceptible de influir en la cotización bursátil de las acciones de una sociedad del Grupo, que se abstenga de comunicar dicha información, así como de comprar o vender acciones u otros valores de dicha sociedad, directa o indirectamente. Se trata no solo de cumplir la legislación aplicable, sino también de garantizar el respeto y la equidad hacia los demás accionistas”.

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).

Contexto y Definiciones

Al ser Michelin un grupo que cotiza en Bolsa, la normativa europea impone a los directivos, empleados/as y socios unas obligaciones especialmente estrictas en materia de prevención de los abusos de mercado.

Ningún/a empleado/a ni socio comercial debe obtener beneficios por la compraventa de acciones de una empresa cotizada gracias a la información confidencial.

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 de carácter no público, concreta, 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 en materia de delitos relativos a valores mobiliarios son aplicables a cualquier persona física o jurídica, con independencia de su nacionalidad y país de residencia. El incumplimiento de las disposiciones sobre el uso indebido de información privilegiada puede dar lugar a sanciones graves (multas o penas de prisión).

Las normas relativas al abuso de mercado, así como las medidas adoptadas por Michelin al respecto, se especifican en la **Declaración de Deontología Bursátil**.

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

- Para cada situación o proyecto que constituya información privilegiada, el Grupo ha creado una **lista específica de personas con acceso puntual**. El Grupo se asegura con antelación de que estas personas o terceros conozcan sus obligaciones y las sanciones aplicables en caso de incumplimiento de la normativa.
- 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 establecido 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 incumplimiento de la normativa.

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 sujetas a "periodos cerrados".
- Consultar al/a la [responsable de cumplimiento](#) en caso de duda sobre mi situación como persona con acceso a información privilegiada (véase más adelante en la sección "**Contactos**"). 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 si soy conocedor/a de información confidencial que pudiera influir de forma significativa en su cotización en Bolsa.
- Comprar acciones de una sociedad cuando tengo conocimiento de relaciones comerciales entre el Grupo y dicha sociedad que pudieran afectar a su valor.

Caso práctico

Eres empleado/a accionista del Grupo gracias al plan de accionariado para empleados/as BIB'Action. Acabas de oír por un "rumor interno" que el Grupo va a publicar próximamente unos resultados negativos. No obstante, quieres vender las acciones de Michelin, que has mantenido desde hace más de 5 años, para financiar la compra de un vehículo nuevo. ¿Puede realizar esta operación?*

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

No. El rumor interno que has oído es, efectivamente, una información importante que puede afectar a la cotización de las acciones de Michelin en Bolsa. Como empleado/a accionista del Grupo, muy probablemente se considere que tienes acceso a información privilegiada, por ello debes abstenerme de realizar transacciones, aun cuando antes de oír este rumor no tuvieras ninguna restricción en particular. Por lo tanto, no puedes 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 conducta que constituya un delito, están estrictamente prohibidos en Michelin, pudiendo conllevar la responsabilidad civil o penal del/de la empleado/a. Cualquier caso de fraude demostrado será objeto de sanción disciplinaria de acuerdo con la legislación local aplicable.

Se requiere la máxima vigilancia al compartir externamente información sensible, ya que esta podría ser utilizada por terceros para cometer fraude.

Definición

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

- El desvío o apropiación indebida de activos: bienes y monetarios;
- Corrupción, tanto activa como pasiva;
- Falsificación de estados financieros.

El fraude puede cometerlo un/a empleado/a que trabaje para el Grupo, pero también 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 riesgo de fraude.

Michelin ha desarrollado un sistema de prevención del fraude (que incluye un mecanismo de control interno) aplicable a todas las sociedades del Grupo.

Este sistema se basa 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 significativos, ya sean operativos, financieros o de cumplimiento.

En particular, este sistema tiene por objeto garantizar:

- El cumplimiento de leyes y reglamentos;
- La aplicación de instrucciones y orientaciones establecidas por las Direcciones Corporativas o la dirección 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/La mánager desempeña un papel clave en este sistema:

- Desarrolla una cultura de integridad en su equipo;
- Comunica los principios fundamentales del Grupo;
- Está atento/a a los riesgos de fraude que puedan surgir en su Entidad;
- Aplica sanciones disciplinarias en caso de fraude probado por parte de un/a empleado/a.

Qué debo hacer

Para prevenir el fraude

- Conocer y respetar las normas de control interno definidas en mi Entidad, en particular las relativas a la separación de tareas.
- Definir e implementar 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, salvo en 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.
- Informar 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](#).
- Informar sistemáticamente al Comité Ético del país, única entidad autorizada a realizar las investigaciones, "comite-etico.mepesa@michelin.com".

Una vez demostrado el fraude

- Identificar los posibles puntos débiles del sistema de control y corregirlos.
- Informar a mis superiores sobre el mecanismo de fraude para evitar que se reproduzca en otras Entidades.
- Aplicar las sanciones disciplinarias al/a la empleado/a responsable del fraude, en coordinación con el 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 te pide que pagues urgentemente una factura a una nueva cuenta bancaria cuyos datos adjunta. ¿Qué debes hacer?

Se han producido numerosos fraudes por suplantación de identidad de proveedores.

Debes informar a tu mánager. A continuación, seguir el procedimiento del Departamento de Compras para verificar la autenticidad de la solicitud.

Caso práctico 2

Eres el único destinatario de un correo electrónico firmado por un directivo de Michelin en el que se solicitan datos sensibles. ¿Debes responder?

Una solicitud inusual, incluso si parece proceder del interior de la empresa, puede ser un intento de fraude mediante suplantación de identidad. Debes reenviar el mensaje al departamento de Anticipación, Prevención y protección para confirmar los pasos a seguir.

Caso práctico 3

Tu mánager te pide aplazar la imputación de un gasto al ejercicio contable del año siguiente (por ejemplo: el valor de un stock no vendible o inutilizable que será destruido). ¿Qué debes hacer?

Debes negarte y recordar a tu mánager los procedimientos y normas contables del Grupo. Si tu mánager insiste, debes contactar a tu mánager funcional. Si la situación no cambia, debes denunciarlo a través de la [Línea Ética](#).

Lucha contra la corrupción



“Independientemente del país en el que operemos, nos oponemos firmemente a toda forma de corrupción, ya sea en el ámbito público o privado. 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 nuestra contabilidad...”

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 tiene la voluntad de preservar y desarrollar su reputación de honestidad e integridad. La corrupción y el tráfico de influencias destruyen la confianza en cualquier organización. Sin esta confianza, no es posible respetar los valores fundamentales del Grupo.

Ámbito de aplicación

Como empresa cuya sociedad 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 en los que opera. En caso de que la normativa local sea más estricta que la del presente Código, se aplicará la legislación nacional correspondiente.

Cada empleado/a es responsable, junto con el Servicio Jurídico, de comprender adecuadamente el alcance de tales excepciones.

Definiciones

La corrupción pública consiste en ofrecer un regalo o 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 constituye 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**.

La corrupción privada consiste en ofrecer un regalo o 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 constituye 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 constituye un acto de **corrupción pasiva**.

Los actos de corrupción pueden ser cometidos directamente por la empresa implicada (**corrupción directa**) o indirectamente a través de un intermediario (**corrupción indirecta**).

El tráfico de influencias activo consiste en proponer, directa o indirectamente, a una persona, del sector público o privado, con influencia (real o supuesta) un donativo o un beneficio de cualquier tipo a cambio de que ejerza su influencia para obtener de una autoridad o administración pública una decisión favorable (concesiones, empleos, adjudicaciones).

La aceptación o solicitud por parte de una persona, del sector público o privado, de dicha propuesta u oferta es un acto de **tráfico de influencias pasivo**.

Los **pagos de facilitación** (o pagos incitativos) son entregas, a menudo en efectivo, realizadas a un funcionario público con el fin de facilitar, agilizar o asegurar la tramitación de un procedimiento administrativo, como puede ser la obtención de permisos, el despacho aduanero de mercancías, la conexión a servicios públicos (agua o electricidad), o la prestación de servicios ordinarios, como los servicios de correo o la protección policial.

Los pagos habituales y ordinarios realizados directamente a un organismo gubernamental por un servicio público efectivamente prestado o previsto (como las tasas de conexión al suministro de agua) no se consideran pagos de facilitación.

Principios de actuación

El Grupo tiene una política de tolerancia cero frente a 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 dar lugar a (a) sanciones disciplinarias para el/la empleado/a; (b) sanciones económicas y/o acciones judiciales —incluidas acciones penales— tanto para el/la empleado/a como para el Grupo, además de perjudicar gravemente la reputación y la integridad del Grupo.

Michelin se opone a cualquier tipo de soborno (dinero u obsequios entregados de forma ilícita) o cualquier otro pago ilícito, directamente o a través de un intermediario, a funcionarios, miembros del gobierno o cualquier otro actor público, así como a cualquier particular o entidad de derecho privado, cualquiera que sea su naturaleza.

Asimismo, el Grupo prohíbe el uso de pagos de facilitación, incluso cuando estén tolerados por la normativa local, ya sean realizados directa o indirectamente a través de intermediarios, a funcionarios, miembros del gobierno o cualquier otro actor público. La única excepción a esta prohibición se da en situaciones en las que el/la empleado/a se vea expuesto/a a un riesgo para su seguridad o integridad física. En ese caso, deberá informar a su mánager, al/a la Compliance Officer Regional o a la Línea Ética tan pronto como sea posible tras haberse visto obligado/a a realizar dicho pago bajo coacción.

Ningún/a empleado/a será sancionado/a por las consecuencias derivadas de negarse a realizar un soborno en nombre de Michelin.

Terceros que actúan en nombre de Michelin

Se debe actuar con la debida diligencia cuando se recurra a terceros que representen o actúen por cuenta de una Entidad del Grupo, como representantes, intermediarios, asesores externos, o un cliente que actúe en calidad de tal.

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 autoridades gubernamentales en nombre de Michelin, deben realizarse por escrito e incluir cláusulas anticorrupción. La duración de estos contratos debe ser limitada, con el fin de que el riesgo de corrupción pueda reevaluarse periódicamente y que el contrato pueda someterse a licitación.

La remuneración por sus servicios deberá:

- Corresponder a importes razonables, proporcionados a la tarea encomendada, identificables y acordes con los estándares del mercado.
- Estar correctamente registrada en la contabilidad, abonada como contraprestación efectiva por servicios realmente prestados, y conforme a las políticas internas de Michelin en materia de gastos autorizados y normas contables.

Se deberá consultar al Servicio Jurídico sobre las remuneraciones admisibles de conformidad con las prácticas anticorrupción del Grupo y la legislación aplicable.

Qué debo hacer

- Rechazar cualquier solicitud u oferta de soborno o de pago ilícito. Denunciarlo inmediatamente al Servicio Jurídico y a través de la [Línea Ética](#).
- Cumplir con la política de regalos e invitaciones aplicable.
- Realizar 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 acceder a este tipo de peticiones u ofrecimientos.
- Ofrecer un regalo o un beneficio a una persona, ya sea del sector público o privado, por cuenta propia con el fin de:
 - influir en una decisión administrativa o profesional;
 - obtener o conservar contratos o asociaciones comerciales;
 - conseguir cualquier beneficio para el Grupo.
- Proponer o ceder ante solicitudes de ofertas, promesas, donaciones, 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

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

No. En primer lugar, debes rechazar la oferta con cortesía. A continuación, debes ponerte en contacto con el Servicio Jurídico o informar de la situación a través de la [Línea Ética](#), para que se investigue esta situación y posibles prácticas anteriores.

Caso práctico 2

En una reunión con el representante de una autoridad pública cliente en un país conocido por su riesgo de corrupción, este exige una gratificación para "garantizar la renovación del contrato de venta". Le respondes que no estás autorizado/a a acceder a esa solicitud. Tu interlocutor se enfada y te amenaza. ¿Debes ceder a la solicitud?

No. En primer lugar, debes intentar calmar la situación para garantizar tu seguridad. No te pongas en riesgo. A continuación, informa del incidente a tu superior jerárquico o al Servicio Jurídico. También deberás reportar lo ocurrido a través de la [Línea Ética](#).

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

Caso práctico 3

Eres comprador/a y estás gestionando una licitación. Un proveedor potencial te ofrece sus servicios a título personal a cambio de que le adjudiques el contrato. ¿Puedes aceptar?

No. Debes rechazar la oferta con cortesía e informar inmediatamente al Servicio Jurídico y reportar lo ocurrido a través de la [Línea Ética](#).

Caso práctico 4

Eres representante de ventas. Un antiguo cargo público del país se pone en contacto contigo y te 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 te permitiría alcanzar tus objetivos personales de crecimiento en ese sector. ¿Qué debes hacer?

Debes negarte a reunirte con dicho exfuncionario y ponerte inmediatamente en contacto con tu mánager y el Servicio Jurídico. El hecho de que esta persona afirme poder "garantizar" la adjudicación del contrato es una señal de alerta (**red flag**) que puede indicar un posible tráfico de influencias con sus antiguos compañeros. Debes informar del posible intento de tráfico de influencias a través de la [Línea Ética](#).



Protección de la Privacidad 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 el desarrollo de 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 normativas destinadas a la protección de la privacidad y los datos personales ha aumentado considerablemente en todo el mundo en los últimos años. En muchos países, el **incumplimiento de las normativas está sujeto a sanciones económicas significativas (a menudo divulgadas por los medios de comunicación), e incluso a sanciones penales.**

Principios de actuación

Los datos personales de empleados, clientes, proveedores, accionistas, socios o subcontratistas deben tratarse de acuerdo con la legislación y la normativa vigente, 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 el desarrollo de sus actividades. Los datos personales no pueden comunicarse a terceros, excepto cuando sea necesario y la legislación 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/as 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 recopilación 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 de la persona interesada para la recopilación 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 disponibles en el 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 normas 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 datos, 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 de la persona interesada.
- Recopilar informaciones consideradas "sensibles" (estado de salud, preferencia sexual, opiniones políticas, convicciones religiosas, origen racial o étnico) sin el consentimiento de la persona interesada o solo si la legislación obliga a ello.
- Permitir el acceso a los datos personales a una persona situada en otro país sin haber consultado al Servicio Jurídico.
- Conservar los datos personales más tiempo del necesario para la finalidad que se persigue.

Caso práctico 1

Formas parte de un equipo de comerciales y te gustaría establecer relaciones de proximidad con los clientes. Quieres introducir algunos detalles sobre su privacidad en la herramienta de gestión de clientes del Grupo. De esta forma, la persona que te sustituya tendrá acceso a estos datos en tu ausencia. ¿Está autorizada esta práctica?

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

Caso práctico 2

Un compañero ha tenido un accidente de trabajo. Te gustaría hablar de esta experiencia en todos los centros de producción industrial. Transmites los datos siguientes: Ronan A, monitor, centro de producción de Vannes, así como los detalles de las heridas y el contexto del accidente. Solo mencionas el nombre propio del compañero, ¿esto se ajusta a la normativa?

Debes plantearte las preguntas siguientes:

1. **¿El objetivo es legítimo?**

Sí. Se trata de mejorar la seguridad de los/as empleados/as al hablar 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? En este caso, al decir el centro de producción, el puesto y el nombre, estarías dando suficientes datos para poder identificar a esa persona.

Relación con los proveedores



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

Para conocer todas las directrices, casos prácticos y comportamientos esperados, puedes consultar el [Código de conducta en las relaciones con los proveedores](#) y seguir la [formación en línea](#) correspondiente.

Cumplimiento de leyes y normativas



“Velar por el cumplimiento constante de las normativas y respetar las culturas de los países en los que operamos... Allí donde estamos presentes, estamos decididos a actuar 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), Poner en práctica nuestros valores, ejercer nuestras responsabilidades).

Michelin se compromete a respetar íntegramente las leyes y la normativa vigente en todas sus actividades. Se espera de cada empleado/a que obre en consonancia con el contenido y la finalidad de dichas leyes.

Contexto

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

En algunos de los temas tratados, el derecho local puede ser más estricto que este Código. En ese caso, prevalecerá la legislación local aplicable. Por el contrario, en el caso de que este Código sea más estricto que el derecho local, prevalecerá lo previsto en el presente Código.

Principios de actuación

El Grupo no espera que sus empleados/as sean expertos/as en derecho. No obstante, cada uno/a es personalmente responsable de informarse sobre la legislación y normativa aplicable a sus misiones y de respetarlas. El Servicio Jurídico prestará apoyo a todo el personal para garantizar el cumplimiento de los principios legales aplicables.

Asimismo, los/as empleados/as deben saber cuándo es necesario pedir consejo al Servicio Jurídico.

Qué debo hacer

- Informarme sobre la legislación aplicable a mis actividades profesionales consultando, en caso necesario, al Servicio Jurídico.
- Respetar la legislación y las normativas vigentes.
- En el caso de que este Código sea más estricto que el derecho aplicable, ajustarme a lo dispuesto en el presente Código.

Qué no debo hacer

- Actuar sin consultar al Servicio Jurídico en caso de duda o ante una situación desconocida.

Caso práctico 1

Te gustaría ofrecer regalos a funcionarios con los que te reúnes frecuentemente por motivos de trabajo. Esta costumbre, con motivo de una festividad importante, es completamente legítima en ese país. ¿Qué procedimiento debes seguir?

Debes consultar la política de regalos e invitaciones aplicable y hablarlo con el Servicio Jurídico. También debes asegurarte de que esa costumbre se ajuste a la política local, al presente Código y a la legislación francesa en materia de lucha contra la corrupción, que se aplica a las actividades del Grupo en todo el mundo.

Caso práctico 2

Acabas de asumir un nuevo puesto en un área distinta. Debido a una importante carga de trabajo, no tienes tiempo para realizar la formación jurídica obligatoria correspondiente al puesto. ¿Esto se ajusta a los principios del Grupo?

No. Debes encontrar tiempo para realizar la formación.

Mis comunicaciones con el exterior



Una comunicación sincera, la voluntad de mantener siempre un diálogo constructivo, saber escuchar y la atención constante a las necesidades de las personas son exigencias en las que se basa la confianza depositada 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/as clientes/as, a los/as empleados/as, a los/as accionistas y al medioambiente).

Redes sociales



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

Es importante mostrarse respetuoso con los/as compañeros/as, socios, clientes/as 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/as empleados/as la oportunidad de expresarse, informarse y compartir datos con compañeros/as, clientes/as o socios.

En este contexto, todos/as 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/as empleados/as" para orientarles en la utilización de las redes sociales con fines privados.

A la hora de expresar su opinión, **cada uno/a 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 el/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

Estás trabajando en un nuevo proyecto confidencial de red de distribución. Un/a compañero/a te propone crear un grupo en LinkedIn para intercambiar y compartir documentos. ¿Es posible?

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

Caso práctico 2

Has hecho fotos en la fiesta de despedida de uno/a de tus compañeros/as. Deseas publicarlas en tu página de Facebook, ¿estás autorizado/a a hacerlo?

No. Debes pedir autorización a las personas interesadas para respetar el derecho a la propia imagen. Antes de cualquier publicación debes plantearte 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 las partes interesadas, 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 (RI), el cargo de responsable de diálogo con las OSC a nivel mundial.

Este cargo se apoya en la red de responsables de RI regionales o nacionales.

Juntos, identifican los asuntos de riesgo (asuntos sobre los que se debate en la sociedad) y determinan cuáles son los interlocutores más adecuados dentro de la sociedad civil para entablar 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, ya que me concierne tanto a mí como 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 solicitud; debo trasladar los mensajes recibidos (orales o escritos) al/a la responsable para que los tenga en cuenta.

Caso práctico

Una ONG local que defiende la causa animal se pone en contacto contigo. Te pregunta sobre las normas de compras del Grupo para el suministro de guantes de cuero natural para los/as empleados/as, ¿qué debes hacer?

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 normas medioambientales promulgadas por el Grupo.

Debes dialogar con esta ONG para comprender sus argumentos. Analizas el proceso interno y planteas posibles medidas de mejora, que compartes con la organización. Le recuerdas el compromiso del Grupo de eliminar toda causa, directa o indirecta, de sufrimiento animal y de favorecer, siempre que sea posible, el uso de guantes fabricados con cuero sintético.

Comunidades locales



Como grupo industrial, Michelin tiene una importante presencia 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/as.

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/as. 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.
- **Implementar 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/as de centros de producción, directores/as 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.
- Implementar 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.
- Implementar 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:

- Entablar un diálogo periódico y constructivo con los vecinos de los centros de producción.
- Fomentar la colaboración con las partes locales afectadas (asociaciones, centros educativos, centros de investigación, empresas...) que puedan tener un impacto positivo en el bienestar y el desarrollo de las poblaciones vecinas.
- Implementar un programa de Implicación en la vida local (voluntariado) en los centros con más de 400 trabajadores.
- Remitirse a las directrices de los referentes EP(Medioambiente y prevención) para el uso de recursos naturales. (Objetivo: limitar la contaminación, la extracción de recursos escasos 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 una consultora externa 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 puesto 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/as empleados/as.
- 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 marco 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

Eres 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 puedes contratar a una consultora externa para que colabore en este trámite.

Caso práctico 2

Como responsable de un equipo del Servicio de Personal de un país, tienes previsto contratar personal local. Sin embargo, la mayoría de los/as candidatos/as carece de la formación para realizar los oficios del Grupo. ¿Qué debes hacer?

Antes de plantearte la contratación fuera de la localidad en cuestión, estudia la posibilidad de formar a las poblaciones locales, en colaboración con las entidades de formación.



Veracidad de los informes financieros y no financieros

El Grupo necesita que su información financiera y no financiera sea veraz y fiable para garantizar la calidad de su gestión y la confianza de los accionistas, socios y proveedores.

Valores

"La empresa está a favor de 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), Poner en práctica 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 las normativas 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 y no financieros.
- Justificar todos los documentos con pruebas. Asegurarme de la fiabilidad de la información financiera y contable.
- Respetar las normas de control interno.
- Advertir si observo un incumplimiento del principio de veracidad de los informes financieros y no 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.
- Proporcionar información no financiera errónea en los informes de sostenibilidad.

Caso práctico 1

Eres responsable del presupuesto. Compruebas que, al final del ejercicio, corres el riesgo de superar la partida presupuestaria a la que te habías comprometido. ¿Qué debes hacer?

No debes intentar acordar con los proveedores el aplazamiento de la facturación al año siguiente para cumplir con tu compromiso presupuestario. 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 elaborados por tu superior jerárquico constatas que hay errores. Dudas si comentárselo o no. ¿Es esa la actitud adecuada?

No. No debes tener miedo a decírselo. Al contrario, al evitar que se transmitan informaciones inexactas proteges los intereses del Grupo.

Compromiso 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 carácter urgente de la cuestión medioambiental, Michelin ha decidido incluir en este Código un **apartado específico en materia medioambiental. Las recomendaciones que contiene tienen un carácter informativo y orientador**: su objeto es ayudar a los/as empleados/as a reducir el impacto ambiental derivado de sus actividades profesionales; por ahora no son normas obligatorias (excepto si se tratan de infracciones previstas en la legislación medioambiental aplicable).

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 ambiental 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/a contribuye con este compromiso adoptando gestos eco-responsables en el lugar de trabajo: desde su puesto, en los centros, y en los desplazamientos.

En mi puesto de trabajo



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.

¿Sabías que?

Un/a empleado/a que trabaja en una oficina consume de media 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 los estores/persianas si hace mucho calor cuando da el sol.

¿Sabías 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.

¿Sabías que?

El impacto ambiental 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 impacto ambiental.

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.

¿Sabías 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/as sus empleados/as a practicar libremente los valores y comportamientos éticos que Michelin defiende más allá del marco profesional.

En 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.

¿Sabías que?

Los trayectos del domicilio al trabajo y los desplazamientos profesionales son los que mayores emisiones de gases de efecto invernadero producen en el ámbito del trabajo de oficina: 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/as.
- 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.

¿Sabías que?

El reciclado de los equipos electrónicos permite revalorizar los materiales escasos 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 aire acondicionado

- Como mánager, permito que los/as empleados/as 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 (estores/persianas) si hace mucho calor cuando da el sol.
- No dejo las ventanas abiertas cuando el aire acondicionado esté encendido.

¿Sabías que?

Entre el consumo de energía en las oficinas, la calefacción representa de media el 50 %, mientras que el aire acondicionado puede alcanzar hasta un 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.

¿Sabías 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)

Los principios éticos para una inteligencia artificial de confianza

La transformación digital, impulsada en gran medida por la inteligencia artificial (IA), está teniendo un impacto directo tanto en nuestra vida cotidiana como en el ámbito profesional. Por ello, es necesario establecer un marco ético para la IA, con el fin de garantizar un uso responsable.

El grupo Michelin desea que el uso de la inteligencia artificial responda plenamente a sus ambiciones “todo Sostenible”: People x Profit x Planet.

Definición

La IA suele entenderse a través de su aplicación concreta en un sistema de IA, en lo sucesivo “IA” o “sistema de IA”.

El “sistema de IA” se define en el Reglamento Europeo de 13 de junio de 2024 como “un sistema basado en máquinas que está diseñado para funcionar con diversos niveles de autonomía y que puede mostrar capacidad de adaptación tras su despliegue, y que, para objetivos explícitos o implícitos, infiere, a partir de la entrada que recibe, cómo generar salidas tales como predicciones, contenidos, recomendaciones o decisiones que pueden influir en entornos físicos o virtuales”.

La IA abarca diversas tecnologías y ámbitos de aplicación que se basan en modelos o algoritmos.

Ejemplos:

- IA generativa: creación de contenido (texto, imagen, vídeo, audio, etc.) a partir de una solicitud;
- IA predictiva: predicción de un resultado basándose en un historial.
- IA de reconocimiento y clasificación: reconocimiento visual de objetos, clasificación de imágenes, detección de comportamientos anormales, etc.

Contexto

Oportunidades

La IA ha experimentado avances significativos en los últimos años (algoritmos complejos, IA generativa basada en modelos de lenguaje de gran escala) y está transformando la forma en que las empresas utilizan los datos. Las aplicaciones que utilizan la IA son cada vez más numerosas y abarcan múltiples sectores (transporte, sanidad, marketing, servicios públicos, etc.).

La IA ofrece oportunidades tanto para las empresas (por ejemplo, desarrollo de productos y servicios innovadores, aumento de la productividad, detección de incumplimientos, etc.) como para las personas (ayuda en la toma de decisiones, mejora del bienestar en el trabajo, inclusión de personas con discapacidad, etc.).

Michelin cuenta con una sólida trayectoria en materia de innovación y compromiso medioambiental y social, y aspira a seguir desempeñando un papel relevante en la construcción de un futuro más sostenible para todos.

Riesgos

Más allá de las oportunidades que ofrece, la IA también presenta riesgos reales o potenciales a escala empresarial y social, entre ellos:

- En su diseño y entrenamiento de modelos: posibles sesgos en los conjuntos de datos de aprendizaje de la IA que pueden dar lugar a casos de discriminación, mala calidad o contaminación de los datos, pérdida de confidencialidad de los datos personales, etc.
- En su utilización: opacidad en cuanto al funcionamiento del sistema de IA, inestabilidad en el rendimiento (por ejemplo, alucinaciones), impacto en la salud y el bienestar en el trabajo de las personas que utilizan los sistemas de IA, confianza excesiva sin reflexión crítica, pérdida de autonomía en la toma de decisiones, divulgación de información sujeta al secreto comercial o a la propiedad intelectual, vulneración del Derecho de la competencia, etc.
- En el plano social y medioambiental: ultrafalsos (*deepfakes*), manipulación de la opinión pública mediante la difusión de información falsa, uso de sistemas de IA para la vigilancia masiva de la población a través de cámaras inteligentes, transformación profunda de determinadas profesiones, tecnología con un elevado consumo energético, etc.

Se requiere un esfuerzo conjunto de los actores públicos y privados para garantizar sistemas de IA de confianza.

Marco de actuación

El reto consiste en conciliar el uso de los sistemas de IA con los valores del Grupo, garantizando al mismo tiempo el cumplimiento de la normativa aplicable.

El objetivo de Michelin es anticipar y controlar los riesgos derivados del desarrollo y la implantación de sistemas de IA dentro del Grupo, así como garantizar que la innovación que aportan estos sistemas de IA sea acorde con nuestros valores.

Esta conciliación es una condición *sine qua non* para crear un entorno que permita ofrecer a todos una mejor forma de avanzar.

Principios

Para garantizar un uso de los sistemas de IA que genere valor y confianza, Michelin se compromete a utilizar y desarrollar sistemas de IA basados en tres principios fundamentales.

Estos tres principios complementan los principios ya adquiridos por el Grupo, en particular en materia de medioambiente y seguridad de los sistemas de información.

Dichos principios irán evolucionando con el tiempo para adaptarse a los cambios regulatorios, a los avances tecnológicos, al análisis de sus impactos y a las expectativas de los/as empleados/as y demás partes interesadas del Grupo.

Principio 1: una IA centrada en el humano

Los sistemas de IA deben diseñarse y utilizarse de manera que estén al servicio de las personas y respeten sus derechos y libertades fundamentales (dignidad, autodeterminación, privacidad, equidad, no discriminación, etc.).

Para ello, el Grupo se apoya en los siguientes pilares:

- **La supervisión humana:** todos los sistemas de IA se diseñarán y utilizarán garantizando un nivel adecuado de evaluación y supervisión humana (por ejemplo, prohibiendo cualquier decisión que pueda tener consecuencias significativas en una persona, como un despido, un ascenso, etc., que se base exclusivamente en una decisión de un sistema de IA).

- **La protección de la salud y el bienestar de los/as empleados/as:** los sistemas de IA que diseñamos y utilizamos deben ser fiables, seguros y protegidos a lo largo de todo su ciclo de vida, con el fin de cumplir los objetivos establecidos y no representar ningún riesgo inaceptable para las personas, en particular para su salud y bienestar (pérdida de autonomía, pérdida de responsabilización, desinformación, etc.).
- **El respeto de los datos personales:** una IA respetuosa con las personas también exige la adopción de medidas de control adecuadas de los datos personales tratados, con el fin de prevenir violaciones de la privacidad o la pérdida de confidencialidad de los datos y garantizar la calidad, integridad y pertinencia de los datos en relación con los fines para los que se tratan.
- **La no discriminación y la equidad:** los sistemas de IA que implementamos o adquirimos deben configurarse de manera adecuada y proporcionada, con el fin de evitar sesgos, discriminaciones o la reproducción de estereotipos.
- **La sensibilización y la formación:** la concienciación sobre los retos asociados al desarrollo y uso responsable de la IA es fundamental. El desarrollo de las competencias y la evolución profesional de los/as empleados/as deben ir acompañados de medidas destinadas a fomentar la confianza en estas tecnologías, repartir de forma equitativa los beneficios asociados a su uso dentro de Michelin y permitir que cada persona pueda protegerse frente a los riesgos que entrañan, como la falta de control de los contenidos generados por los sistemas de IA, la pérdida de competencias clave, etc.

Michelin se compromete, en el proceso de integración de la IA en el Grupo, a proteger el bienestar y los derechos de las personas mediante una organización adecuada y la evaluación de sus posibles consecuencias negativas.

Principio 2: una IA transparente y justificable

Michelin imparte formaciones para garantizar que los/as usuarios/as de las soluciones de IA dispongan de los conocimientos fundamentales, como la comprensión de sus funciones básicas, sus implicaciones prácticas y las consideraciones éticas.

Para los equipos operativos y técnicos, la formación se adapta a sus funciones y responsabilidades, de modo que cualquier sistema de IA desarrollado o implementado dentro del Grupo sea lo suficientemente transparente y justificable como para garantizar la confianza de los usuarios.

Transparente significa:

- Proporcionar una ficha explicativa para los sistemas de IA utilizados como herramienta de apoyo a la toma de decisiones, especificando su alcance y sus límites de uso;
- Garantizar que las personas que utilizan la IA dispongan de la información adecuada para identificar posibles sesgos o errores y adoptar decisiones de forma responsable;
- Informar a las personas, en un formato adecuado, cuando estén interactuando con un sistema de IA o expuestas a determinados contenidos generados mediante IA.

Justificable significa:

- Ser capaz de describir cómo el sistema de IA ha producido un resultado determinado, *a posteriori* o en tiempo real, en función del contexto;
- Ofrecer un sistema de IA cuyo resultado sea inteligible (como mínimo interpretable) y reproducible.
- Dar prioridad a los sistemas de IA que cuenten con funciones que permitan comprender su funcionamiento, mediante notas explicativas. El nivel de explicación deberá adaptarse al contexto y a la gravedad de las consecuencias que pudiera tener un resultado erróneo o impreciso (por ejemplo, la recomendación de una ruta turística por parte de un asistente virtual (*chatbot*) en la aplicación ViaMichelin no tiene el mismo impacto que un diagnóstico médico crítico).

La transparencia y la comprensión deben tener en cuenta otras exigencias, en particular en materia de propiedad intelectual y/o protección contra la piratería, etc.

Principio 3: una responsabilidad adecuada (accountability)

Michelin se compromete a garantizar el buen funcionamiento de los sistemas de IA desarrollados e implementados, así como a establecer una gobernanza adecuada para supervisar y controlar el uso de la IA dentro del Grupo.

Dicha gobernanza garantiza que los riesgos identificados sean conocidos y controlados, y que los sistemas de IA cumplan con los principios éticos del Grupo.

En particular, Michelin se compromete, en el desarrollo de sistemas de IA, a:

- Realizar pruebas para mejorar la calidad de los resultados (por ejemplo, supervisión humana durante la fase de entrenamiento, etc.);
- Comprobar y demostrar que las medidas adoptadas permiten reducir los riesgos potenciales a un nivel aceptable;
- Tener en cuenta el multiculturalismo, el multilingüismo y la diversidad de los equipos;
- Comprobar que los sistemas cumplen eficazmente la función para la que están destinados (indicadores de éxito, etc.);
- Garantizar que estos sistemas presentan un nivel suficiente de cumplimiento normativo, solidez y seguridad, etc. (por ejemplo, demostración de conformidad, cumplimiento de la normativa, etc.).

Cuando Michelin implementa sistemas de IA, confía su supervisión a una persona responsable que cuenta con la competencia, la formación y la autoridad necesarias para garantizar el cumplimiento de los principios éticos del Grupo y de la normativa aplicable.

Asimismo, Michelin se compromete a examinar, cuando sea necesario, los dilemas y decisiones éticas en el marco de una gobernanza transversal y adaptada.

Qué debo hacer

Cada empleado/a debe contribuir al cumplimiento de los tres principios anteriormente mencionados y debe:

- Realizar las formaciones obligatorias definidas por el Grupo.
- Respetar las condiciones de uso, las normas y los procesos definidos durante la configuración de una nueva herramienta de IA.
- Hacer un uso responsable y adecuado de los sistemas de IA puestos a disposición por Michelin (preguntarse de antemano el “por qué”, es decir, qué valor añadido aportaría una IA en comparación con una solución sin IA, y el “para quién”, cuáles son los beneficios esperados para los/as empleados/as o cualquier otro socio externo del Grupo (por ejemplo, clientes, proveedores), etc.).

Se aplican exigencias específicas a los/as empleados/as dependiendo de su función y de sus responsabilidades en el desarrollo o el suministro de sistemas de IA:

- Proporcionar sistemas de IA transparentes, verificables y justificable para ayudar a los usuarios de los sistemas de IA a tomar decisiones fundadas (notas explicativas, etc.) y garantizar la trazabilidad de las decisiones adoptadas por dichos sistemas.

- Proporcionar sistemas de IA sólidos, que funcionen correctamente en relación con la finalidad para la que han sido diseñados.
- Implementar sistemas de IA seguros, en los que se garantice la seguridad y la confidencialidad de los datos durante todo su ciclo de vida, teniendo en cuenta los riesgos que la IA puede acentuar (difusión de datos por derechos de acceso excesivos, protección del secreto comercial, clasificación incorrecta de documentos, etc.).
- Garantizar la trazabilidad de los datos, de los procesos y de las decisiones tomadas durante el ciclo de vida del sistema de IA.
- Designar, para cada sistema de IA puesto a disposición, una persona responsable de su rendimiento, precisión y de las consecuencias que pueda tener en los resultados del Grupo.
- Proporcionar, para cada sistema de IA, una documentación precisa que incluya su alcance y sus límites de utilización.
- Identificar los riesgos asociados a cada sistema de IA, supervisarlos y establecer medidas preventivas y correctivas.
- Diseñar sistemas de IA que sean sostenibles, optimizando el uso de los recursos para reducir nuestra huella de carbono.
- Fomentar la diversidad en los equipos que trabajen con IA, tanto en perfiles como en competencias y experiencias, por ser un factor clave para prevenir sesgos y otros riesgos éticos.

Qué no debo hacer

- Implementar o adquirir sistemas de IA cuyo uso sea contrario a los valores y principios éticos del Grupo o esté prohibido por la normativa aplicable (IA destinada a manipular o engañar, etc.).
- Adquirir sistemas de IA sin asegurarse previamente o sin exigir garantías (contractuales, certificaciones, evaluación de conformidad, etc.) al proveedor sobre el cumplimiento de la normativa vigente (propiedad intelectual, confidencialidad, etc.).
- Confiar plenamente en un sistema de IA en un proceso de toma de decisiones que tenga consecuencias significativas en un/a empleado/a (por ejemplo, cambio de puesto, ascenso, etc.).
- Reutilizar los resultados propuestos por un sistema de IA sin haber comprobado previamente que no contienen errores (actas de reuniones, notas informativas, etc.).
- Implementar sistemas de IA que impliquen un riesgo de divulgación de información confidencial o personal (por ejemplo, datos de geolocalización, etc.).

CONTACTOS

Para cualquier consulta relacionada con cuestiones éticas en el ámbito de la inteligencia artificial, puedes dirigirte al Servicio Jurídico / Compliance (DCJ) o al departamento DOTI/DAI.