



REFERÊNCIAS – MÉTIERS

DIREÇÃO GRUPO - COMPRAS

PRINCÍPIOS DE COMPRAS MICHELIN

EDIÇÃO 2015

ÍNDICE

INTRODUÇÃO

04

PRINCÍPIOS E VALORES DO GRUPO

06

PRINCÍPIOS DE COMPRAS MICHELIN

08

- Missão
- Normas sobre deontologia e ética nas relações com os fornecedores
- Escolha dos fornecedores
- Qualidade
- Gestão da relação com fornecedores "SRM"
- Business Continuity Management "BCM"
- Nossa política de RSE, Desempenho e Responsabilidade Michelin, "A melhor maneira de ir mais longe" nas Compras
- Avaliação de desempenho
- Conclusão

ANEXOS

26

- Qualidade – processo de aprovação de produtos
- Critérios de avaliação RSE



INTRODUÇÃO

O grupo Michelin Michelin se ergueu sobre valores sólidos, formalizados na Carta de Desempenho e Responsabilidade Michelin, e que nos orientam desde sempre. Esses valores moldaram nossa cultura e construíram nossa reputação de contribuir a uma melhor mobilidade dos bens e das pessoas, pela qualidade dos nossos produtos e da nossa oferta de serviços.

Nossa estratégia é construir relacionamentos de longo prazo com nossos fornecedores, em conformidade com os interesses e culturas de nossos parceiros.

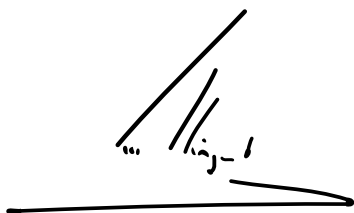
Os Princípios de Compras Michelin são construídos a partir dos valores do Grupo; eles constituem o fundamento para as relações de confiança que devem existir entre o grupo Michelin, suas equipes de Compras e seus fornecedores em todo o mundo. O presente documento se destina a formalizar esse corpo de referências comuns, essenciais para que cada um possa se referir e se adequar, sob quaisquer circunstâncias.

Apesar de não serem detalhadas, essas diretrizes aliadas ao sentido de responsabilidade individual, oferecem parâmetros úteis tanto para todos os membros da Empresa quanto para seus parceiros.

Dentro e fora da Michelin, os Princípios de Compras apresentam um quadro de nossas ações, guia nossas decisões e nos ajuda a expressar nossos valores no nosso cotidiano. Cabe a todos nós agirmos de acordo com essas diretrizes e regras de conduta que formam a nossa integridade e a nossa ética. Assim, seremos, mais que nunca, uma empresa que inspira confiança e respeito, agregando valor tanto para seus parceiros quanto para si própria.

Promovendo valores sólidos, e respeitando elevadas normas éticas, as equipes de Compras fazem a conexão com nossos fornecedores; com quem nós buscamos uma abordagem comum de melhoria contínua e de desempenho.

Luc Minguet
Diretor-Geral de Compras do Grupo



The image features a vibrant yellow background with large, bold, black abstract shapes that resemble stylized human figures or organic forms. A white rectangular box is positioned in the center, containing the title text. To the left of this box, there is a vertical decorative element consisting of a series of parallel black and white diagonal lines.

**PRINCÍPIOS E VALORES
DO GRUPO**

Impulsionada pela visão de seus fundadores, a Michelin se compromete com o progresso da mobilidade responsável. Isso é resumido no slogan: “A melhor maneira de ir mais longe”. O Grupo escolheu seguir essa missão através da inovação e da qualidade, baseando o seu desenvolvimento nos seguintes valores: **o Respeito aos Clientes, Respeito às Pessoas, o Respeito aos Acionistas, Respeito ao Meio-Ambiente e o Respeito aos Fatos.**

Desde 2002, as diretrizes de Desempenho e Responsabilidade Michelin (PRM) orientam nosso modo de funcionamento, e moldam nossa forma de agir e inovar.

A carta de **Desempenho e Responsabilidade Michelin, “A melhor maneira de ir mais longe”**, formaliza essa cultura corporativa, e coordena o compromisso com os princípios do Grupo para com um desenvolvimento sustentável, equilibrado e responsável.

Integrada a todos os projetos, e levada a todos os níveis da empresa, essa abordagem estruturada e mundial traduz os anseios da Michelin de construir o seu desenvolvimento de longo prazo, mantendo o equilíbrio entre desempenho econômico, respeito ao meio-ambiente e uma busca incessante pela qualidade nas suas relações com seus colaboradores e com os parceiros da empresa.

Os princípios da carta de Desempenho e Responsabilidade Michelin, “A melhor maneira de ir mais longe” residem nos seguintes elementos:

KNOW-HOW ESPECÍFICO MICHELIN:

- Escutar e Satisfazer o Cliente.
- Contribuir para o Desempenho Econômico do Grupo.
- Integrar de forma harmoniosa nossas operações nos países e comunidades onde atuamos.
- Tornar nossa atividade mais voltada ao respeito ao meio-ambiente.
- Estabelecer relações de honestidade e integridade com nossos parceiros industriais, comerciais e com nossos fornecedores.

UMA CULTURA ÚNICA:

- Respeitar as Pessoas.
- Garantir a Qualidade.
- Promover a Inovação.
- Progredir Constantemente.
- Respeitar os Fatos.
- Possuir uma visão a longo prazo.

Esses valores históricos representam um trunfo que nos permite enfrentar com sucesso os maiores desafios atuais e do futuro.





**PRINCÍPIOS DE
COMPRAS MICHELIN**

A Michelin trabalha com fornecedores que atendam aos seus padrões de qualidade, custos, prazos e confiabilidade, e que se comprometam a progredir constantemente seu desempenho no que diz respeito às pessoas e ao meio-ambiente.

As relações do grupo Michelin com seus fornecedores são pautadas pelo respeito aos princípios essenciais da Empresa, formalizados na carta de **Desempenho e Responsabilidade Michelin, “A melhor maneira de ir mais longe”**, como descrito acima. Elas se baseiam, ainda, nos princípios de imparcialidade, justiça e lealdade.

A Michelin deseja compartilhar com seus fornecedores os fundamentos descritos no presente documento, que regem a sua colaboração, e certificar-se de que estes os respeitem.

MISSÃO

A missão do setor de Compras consiste em assegurar aos clientes internos da Empresa a disponibilidade dos produtos e serviços necessários, por intermédio da escolha de fornecedores que atendam às nossas exigências técnicas e econômicas, assim como às nossas expectativas em matéria de responsabilidade social e ambiental.

A criação de parcerias de longo prazo com nossos fornecedores constitui um dos objetivos que integram a missão das equipes de Compras, e implica, sobretudo, no acompanhamento do crescimento rumo ao aumento no valor compartilhado, dos intercâmbios de qualidade e de pontos de informação regulares, assim como no desenvolvimento da inovação.

Nosso objetivo consiste em contribuir para a competitividade das entidades operacionais do Grupo, dando vida aos **valores fundamentais** da Carta de Desempenho e Responsabilidade Michelin e do Código de Ética do Grupo.



NORMAS SOBRE DEONTOLOGIA E ÉTICA NAS RELAÇÕES COM OS FORNECEDORES

“Em todos os países onde a Michelin estiver presente, a nossa ambição será exercer nossas atividades com integridade. O Código de Ética da Michelin reside nos Valores fundamentais expressos no âmbito da Carta de Desempenho e Responsabilidade Michelin. Ele define as normas de comportamento aplicáveis às nossas atividades, e nos alinha com diretrizes precisas para tomada de decisões a fim de sermos levados a tomar decisões apropriadas acerca de assuntos de cunho ético. Este Código delineou as linhas de conduta a serem seguidas pelos empregados da Michelin.” Trecho da Mensagem dos Gerentes-Parceiros, Código de Ética do Grupo, 2011.

O Código de Ética da Michelin exprime a política do Grupo em matéria de ética nos negócios e conduta individual; ele completa e reforça a Carta de Desempenho e Responsabilidade Michelin (PRM).

Os valores e princípios de conduta e de comportamento indicados no Código de Ética que, inspiram os colaboradores Michelin, constituem a base das relações de confiança que devem existir entre o nosso Grupo e os stakeholders.

O objetivo, aqui, consiste em lembrar as normas de deontologia e ética – extraídas do Código de Ética da Michelin – que devem ser aplicadas pelo conjunto dos setores de Compras e por qualquer empregado do Grupo, no âmbito das relações com fornecedores e seus subcontratados.

Esses princípios constituem **a carta de ética e deontologia das áreas de Compras da Michelin.**

Cada um de nós, na qualidade de embaixador do Grupo Michelin, assume o compromisso de respeitá-los, em sua finalidade e à risca. A reputação da Michelin depende de cada um de nós.

ADESÃO AOS PRINCÍPIOS INTERNACIONAIS PACTO GLOBAL E DIREITOS HUMANOS

Princípio PRM: *“Almejamos o crescimento mundial do Grupo Michelin com base em três diretrizes:*

- *Manter uma cultura corporativa forte, aberta e compartilhada, uma fonte de coesão e motivação;*
- *Incentivar o desenvolvimento pessoal e auto realização dentro da Empresa para todos, no exercício de suas responsabilidades;*
- *Garantir o cumprimento constante das regulamentações e o respeito pelas culturas dos países nos quais atuamos.*

Nós repudiamos o trabalho infantil e escravo, em total observância aos princípios da Organização Internacional do Trabalho.

Temos consciência das responsabilidades advindas de nossa presença comercial e industrial em inúmeros países. Onde quer que estejamos localizados, estamos determinados a agir como Empresa responsável e honesta, respeitando a humanidade e a Lei.

Esta integração deverá ser alcançada através da busca constante de nossos objetivos de reduzir impactos negativos inerentes a qualquer atividade industrial e, ao dar especial atenção ao cumprimento das regulamentações operacionais de segurança.” (Carta PRM versão 2002, Implementando nossos Valores)

Ao aderir ao Pacto Global e Direitos Humanos em 2010, a Michelin assumiu a responsabilidade de respeitar integralmente os Direitos Humanos e todas as suas atividades em todos os países onde o Grupo atua, e de garantir a promoção do referido Pacto Global.

Além disso, a Michelin se responsabiliza em respeitar as regulamentações internacionais a seguir: Declaração Universal de Direitos Humanos; regras fundamentais da Organização Internacional do Trabalho (OIT); e as diretrizes da Organização de Desenvolvimento Econômico e Cooperação (OCDE) quanto aos direitos humanos, proteção do meio ambiente e luta contra a corrupção.

A Michelin se responsabiliza em garantir condições e relações de trabalho que respeitem a dignidade humana e em garantir que essas condições de trabalho sejam seguras e de acordo com as normas da OIT e leis e regulamentações locais.

A Michelin garante, no caso de instalações industriais, identificar, prevenir e reparar os direitos ambientais, sociais e humanos com relação a impactos negativos que tal instalação possa vir a ocasionar nas comunidades locais e ao meio ambiente, e a participar do desenvolvimento harmonioso dessas comunidades.

A Michelin quer assegurar que seus fornecedores e prestadores de serviço respeitem princípios equivalentes aos definidos no Código de Ética do Grupo, principalmente quanto ao respeito dos direitos humanos, e que promovam princípios semelhantes em suas relações com seus próprios funcionários, fornecedores e subcontratados.

A Michelin especialmente solicita que seus fornecedores e subcontratados respeitem:

- As regras internacionais, especialmente a Declaração Universal de Direitos Humanos, o Pacto Global, das Nações Unidas;
- As disposições legais e reguladoras das leis de trabalho em vigor no país (nível de remuneração, jornada de trabalho, liberdade de associação);
- As regras fundamentais da OIT, particularmente as convenções sobre trabalho infantil, trabalho forçado, trabalho obrigatório, respeito à liberdade de associação e o direito a negociações coletivas e a não discriminação;
- A dignidade humana através de condições aceitáveis de trabalho;
- As regras de segurança e saúde, a fim de limitar os efeitos das atividades sobre segurança de funcionários e das comunidades próximas às instalações;
- As regras de segurança aplicáveis nas dependências da Michelin onde eles trabalhem.

Este compromisso assumido pelo Grupo Michelin, de agir de forma ética e responsável com relação aos funcionários, parceiros e comunidades locais, deve ser compreendido e respeitado por todos. A observação e envolvimento de cada pessoa são essenciais para que esta abordagem seja perene.

RESPEITO ÀS LEIS E AOS REGULAMENTOS

Princípio PRM: *“Zelar pelo respeito constante às regulamentações e às culturas dos países nos quais operamos. Onde quer que nossas unidades estejam implantadas, estaremos determinados a nos comportarmos como uma empresa responsável, honesta, e que respeita o ser humano e as leis.” (Carta PRM versão 2002, Praticando nossos valores)*

A Michelin e seus fornecedores se comprometem a respeitar plenamente as leis e os regulamentos em todas as atividades por eles desenvolvidas. Cabe a cada colaborador da área de Compras respeitar as leis e os regulamentos aplicáveis.

CONFLITO DE INTERESSES

Princípios PRM: *“Pretendemos evitar o surgimento de eventuais conflitos de interesses entre as responsabilidades dos membros da equipe, tanto no seio da empresa quanto fora dele. Para tanto, esperamos que nossos colaboradores evitem as atividades pessoais, financeiras, comerciais ou de outra natureza, que possam ser contrárias aos interesses legítimos do grupo Michelin, ou passíveis de gerar percepções ambíguas, por força de suas responsabilidades dentro da empresa.” (Carta PRM versão 2002, Praticar nossos valores)*

- Por ocasião de suas relações profissionais com os fornecedores e subcontratados, incumbe aos membros das equipes de Compras e do pessoal do Grupo, no âmbito de suas responsabilidades, agir sempre em conformidade com os interesses do Grupo e com os dispositivos legais.
- Nenhum membro das equipes de Compras e do pessoal do Grupo poderá dedicar-se, seja com os fornecedores ou os subcontratados, por sua conta ou por conta de terceiros, a operações de caráter comercial além daquelas de que tiver sido encarregado pelo Grupo, no âmbito da sua missão.
- Se o fornecedor também for cliente da Michelin, o comprador, em sua negociação, não deverá levar em consideração tal fator. Os interesses do Grupo nas áreas de compra e de venda têm de ser dissociados.

Um empregado poderá encontrar-se em uma situação de conflito de interesses, por exemplo:

- se ele negociar, em nome da Michelin, um contrato do qual possa obter proveitos atuais ou futuros;
- se ele possuir um interesse financeiro, de qualquer espécie, em uma sociedade comercial controlada por fornecedores da Michelin,
- se ele explorar, para fins pessoais, uma oportunidade de negócios oferecida à Michelin,
- se ele utilizar uma informação comercial da Michelin, obtida no âmbito de suas atividades laborais, para dela obter proveitos ou vantagens, seja para si ou para outrem, etc...

De um modo geral, na hipótese de conflito de interesses, exige-se do comprador a maior transparência possível perante o seu supervisor.

PRESENTES E CONVITES

Princípio PRM: *“Zelar pelo respeito constante às regulamentações e às culturas dos países nos quais operamos... Onde quer que nossas unidades estejam implantadas, estaremos determinados a nos comportamos como uma empresa responsável, honesta, e que respeita a pessoa humana e as leis.” (Carta PRM versão 2002, Praticar nossos valores)*

- Os presentes e os convites que forem ocasionalmente oferecidos poderão afetar a independência de juízos nas relações com os fornecedores ou subcontratados.
- Por esta razão, é proibido aceitar presentes por parte de fornecedores ou subcontratados, quer se trate de dinheiro, de bens materiais, de serviços, de entretenimentos, de viagens, ou qualquer outro tipo de presente.
- Porém, é permitido aceitar presentes de empresas que sejam de valor insignificante, como, por exemplo, um artigo promocional, uma refeição ocasional, um convite para um evento social ou para participação em um evento patrocinado pelo fornecedor ou pelo subcontratado.
- A aceitação de um presente não deverá, sob qualquer hipótese, intervir na capacidade de decisão do comprador e do superior face ao fornecedor.
- Se a aceitação de um presente ou de um convite for inevitável para manter o respeito aos costumes de um país, o comprador informará o fato a seu superior, que decidirá sobre o rumo a ser dado ao caso.

RELAÇÕES GOVERNAMENTAIS E NORMAS ANTICORRUPÇÃO

Princípio PRM: *“Em quaisquer países onde atuemos, estamos firmemente determinados a nos opormos a qualquer forma de corrupção, qualquer que seja a instância envolvida, e seja ela pública ou privada. Nós nos opomos a qualquer tipo de remuneração em favor de terceiros, que não corresponda a um serviço efetivo, em valor justificado e devidamente registrado em nossas contas...” (Carta PRM versão 2002, Praticar nossos valores)*

A Michelin se opõe a qualquer pagamento de suborno ou de qualquer outra verba ilegal a funcionários, membros de governos, políticos ou partidos, ou a qualquer outro agente público.

Por exemplo, é proibido pagar comissões, reembolsos, descontos, honorários de consultoria ou remunerações por serviços prestados, sob a forma de entrega de valores em dinheiro ou concessão de vantagens financeiras, sempre que tais pagamentos se destinarem a remunerar um membro do governo, um funcionário ou agente público, com vistas a ensejar uma decisão favorável, ou a obter vantagens indevidas para a Michelin. Tais pagamentos também deverão ser tidos como ilegais, sempre que forem efetuados por um intermediário ou por um consultor externo.

Para garantir o mais amplo respeito às leis nessa área, as equipes de Compras devem ler atentamente as normas enunciadas no Código de Ética do Grupo.

CONFIDENCIALIDADE

Princípio PRM: *“Nós vemos a confidencialidade como um dever, desde que estejam em jogo os interesses de nossos clientes, acionistas, parceiros, colaboradores e, em termos mais genéricos, do nosso Grupo.” (Carta PRM versão 2002, Praticar nossos valores)*

As equipes de Compras da Michelin podem ter informações sobre o Grupo que devam permanecer confidenciais, se a sua divulgação ou revelação prematura for passível de prejudicar o Grupo. Tais informações podem referir-se, por exemplo, aos produtos, estudos, ao “know-how” técnico, aos projetos industriais e comerciais, aos dados financeiros, ou, ainda, aos planos futuros da Michelin de ordem estratégica, tática, orçamentária, ou de qualquer outra natureza, que não se encontrem em domínio público.

Todos colaboradores deverão certificar-se de que tais informações não venham a ser divulgadas, seja direta ou indiretamente, em âmbito fora da empresa, e de que não sejam comunicadas a pessoas que não sejam capacitadas para recebê-las.

Da mesma forma, todas as informações de fornecedores recebidas no contexto de uma consulta e referentes a fornecedores serão rigorosamente confidenciais, especialmente em face dos demais competidores.

Durante a fase de negociações, poderão ser assinados contratos de confidencialidade entre a Michelin e seus fornecedores.

CONCORRÊNCIA LEAL

Princípio PRM: *“Nós somos favoráveis a uma concorrência comercial leal, exercida por todos os atores do mercado, no âmbito das regulamentações do direito da concorrência.” (Carta PRM versão 2002, Praticar nossos valores)*

A Michelin se esforça em selecionar fornecedores ou subcontratados de bens ou serviços sob critérios exclusivamente objetivos, de forma transparente.

A Michelin respeita as seguintes normas e princípios de concorrência:

- As solicitações de propostas serão enviadas simultaneamente aos diferentes fornecedores consultados, sendo fixada, para todos eles, uma mesma data para a apresentação das propostas.
- A lista dos fornecedores consultados é confidencial, mesmo após a escolha do fornecedor, sobretudo para evitar combinação de preços entre fornecedores.
- Os fornecedores consultados receberão simultânea e rigorosamente os mesmos documentos. Os pedidos de informações complementares por parte dos fornecedores, durante o período de solicitação das propostas, deverão ser encaminhados exclusivamente ao comprador, ou a um responsável técnico por este designado na solicitação de proposta.
- É obrigatório e justo que as respostas às questões de um fornecedor, assim como quaisquer outras informações adicionais (ex: não relacionados a uma solução específica de um fornecedor em particular), passíveis de trazer um esclarecimento complementar sobre os documentos da solicitação de propostas, sejam compartilhadas com todos os fornecedores participantes.
- Fornecedores deverão ser encorajados a apresentar propostas que compreendam alternativas ou opções em paralelo com a solução principal.
- Todas as solicitações de propostas são confidenciais. Portanto, o fornecedor não deverá comunicá-los a terceiros, sem autorização, por escrito, da Michelin.
- Se for aceita uma extensão do prazo de resposta, ela deverá ser concedida a todos os outros fornecedores.
- Os preços, condições e demais detalhes técnicos apresentados como resposta de um fornecedor não deverão ser compartilhados com os demais fornecedores, mesmo depois da escolha do fornecedor.
- O processo de solicitação de propostas não é para ser usado somente para cotação de preço. O comprador, em conjunto com o especificador, escolherá o fornecedor a ser contratado com base em critérios pré-determinados, conhecidos antes do recebimento das propostas, e aplicados a todas elas.
- A Michelin não se compromete a selecionar a solução de menor preço mas sim a solução que melhor atenda aos seus interesses.
- Os fornecedores não contratados deverão receber os agradecimentos cabíveis, tendo em vista a natureza de sua resposta. O feedback acerca das razões pelas quais eles não foram escolhidos permitirá que as suas propostas em relação a negócios futuros sejam mais adequadas, e que não paire qualquer impressão de injustiça.
- O setor de Compras deverá ser capaz de apresentar e justificar todas as escolhas realizadas.

FRAUDE

Princípio PRM: *“Zelar pelo respeito constante às regulamentações e às culturas dos países nos quais operamos... Onde quer que nossas unidades estejam implantadas, estaremos determinados a nos comportamos como uma empresa responsável, honesta, e que respeita o ser humano e as leis.” (Carta PRM versão 2002, Praticar nossos valores)*

As fraudes internas constituem uma ameaça significativa às atividades da Michelin, com consequências negativas para a reputação da Empresa e para a condução dos negócios.

Fraude, desonestidade e qualquer tipo de atividade criminosa são extremamente proibidos na Michelin e podem resultar em procedimento civil ou criminal contra o empregado em questão.

A Michelin emitiu a Diretiva de riscos de fraude do Grupo, para que todo o Grupo e todos os colaboradores compartilhem a mesma visão sobre as exigências do Grupo em matéria de fraude, e adotem um conjunto de medidas eficazes no combate a fraude.

MEDIAÇÃO

Se, após contatos prévios com seus interlocutores habituais, não tiver uma resposta satisfatória, o fornecedor poderá, se assim o desejar, recorrer ao mediador das relações cliente-fornecedor, na busca conjunta por uma solução amigável e rápida. Essa função de mediação caberá ao Diretor de Qualidade, no seio da Direção das áreas de Compras do Grupo Michelin.

O mediador intervirá somente depois que o fornecedor tiver tentado, sem êxito, solucionar suas dificuldades com seus interlocutores habituais no seio da Empresa (por exemplo: comprador encarregado da negociação, central de pagamentos, gestor de contratos). Não serão levados em consideração os pedidos que não respeitarem tal princípio.

Para recorrer ao processo com o mediador, o fornecedor deverá enviar uma solicitação formal ao seguinte email: **compte-fonction.mediation-achats@fr.michelin.com**.

Se não encontrar solução mesmo com o auxílio do mediador interno, as partes deverão se comprometer a recorrer a um mediador externo, designado por acordo mútuo.

CONCLUSÃO

Exige-se do comprador a maior transparência possível diante dos seus superiores. Eles deverão sempre contactar seus superiores caso haja a menor hipótese de dúvida ou questão sobre a conduta a ser adotada.

ESCOLHA DOS FORNECEDORES

Essa seção diz respeito somente aos novos fornecedores.

Para contratar um novo fornecedor, as equipes do Grupo seguirão um processo estruturado, cuja finalidade consista em confirmar o potencial e a capacidade do fornecedor de atender às expectativas da Michelin em matéria comercial, técnica, de qualidade, de prazo e de desenvolvimento sustentável. Os fornecedores escolhidos pelo Grupo deverão adequar-se aos valores acima citados no presente documento.

Essa fase envolve:

UMA AVALIAÇÃO PRELIMINAR

Inicialmente essa avaliação é realizada, por intermédio de um questionário que permite avaliar o potencial do fornecedor através de fatores como:

- situação financeira e econômica da empresa,
- processo de controle de qualidade,
- habilidades em atender as especificações técnicas da Michelin,
- compromisso e abordagem em desenvolvimento sustentável.

Essa avaliação preliminar pode ser complementada por:

UMA VISITA ÀS INSTALAÇÕES

Essa visita é uma oportunidade para verificar e concluir, a avaliação preliminar e obter informações adicionais se necessário, por meio de:

- Uma auditoria junto ao fornecedor,
- Uma visita a uma ou a várias instalações do fornecedor,
- Uma triagem (teste) em uma instalação do grupo Michelin.

Para ser selecionado, o fornecedor deverá comprometer-se a:

- Responder e atender ao questionário de avaliação de maneira satisfatória,
- Respeitar os princípios e as exigências elencados nesse documento,
- Estabelecer um sistema de gestão da qualidade capaz de responder às exigências da norma ISO 9001 em vigor. As certificações ISO 9001, ISO 14001 e TS 16949 representarão uma vantagem na seleção. Para os fornecedores de matéria primas, essas duas últimas certificações são obrigatórias,
- Implementar a abordagem de responsabilidade social e ambiental (ISO 26000),
- Permitir a visita de uma equipe da Michelin para a realização de auditorias ou visitas técnicas em suas instalações;
- Garantir que seus subcontratados respeitem os princípios e exigências deste documento,
- Informar previamente a Michelin acerca de qualquer modificação:
 - em seu processo de fabricação, seu sistema de qualidade ou de subcontratação,
 - na estrutura corporativa (instalações fabris, fusões, aquisições, afiliações, etc.).

Se o fornecedor for escolhido, ele poderá, então, ser integrado ao processo de concorrência da Michelin.



QUALIDADE

A CULTURA DA QUALIDADE

“Há mais de um século, a Michelin se compromete em oferecer o melhor pneu aos nossos clientes, pelo melhor preço, em cada segmento do mercado e ser a referência em matéria de qualidade de serviços”.
Trecho dos princípios de Qualidade Michelin.

Esse objetivo que nos impulsiona no cotidiano a atender e prever as exigências de nossos clientes em todas as áreas da qualidade, também nos estimula rumo ao progresso constante.

Cabe às equipes de Compras, em conjunto com os nossos fornecedores, certificar-se de que os produtos entregues - qualquer que seja sua proveniência ou seu destino - assim como os serviços prestados estejam em conformidade com as exigências de nossos clientes e respeitem os valores do Grupo, incluídos no documento Qualidade MICHELIN.

JUNTOS, devemos lançar mão dos meios necessários à obtenção e à garantia de excelência em qualidade, sempre atentos ao controle dos custos para atingir tal meta.

A Michelin e os seus Fornecedores precisam trabalhar em conjunto para avançar nessa direção.

PRINCÍPIOS

Desde a origem do Grupo, nós matemos uma sólida cultura da responsabilidade, que se reflete em uma exigência absoluta com segurança e qualidade em todos os nossos produtos e serviços.

Fornecer produtos e serviços de qualidade aos nossos clientes é a prioridade absoluta da Michelin. E isso depende, em grande parte, da qualidade dos bens e serviços adquiridos externamente.

O procedimento de Certificação de Qualidade de Fornecedores esclarece a forma como a Michelin pretende aplicar as orientações da sua política de qualidade nas relações com seus fornecedores e na gestão da qualidade dos produtos e serviços adquiridos. Esse procedimento é indispensável para assegurar a continuidade do desempenho do Grupo Michelin, e para permitir-lhe alcançar as suas finalidades estratégicas.

Por meio desse procedimento, a Michelin pretende:

- Criar, juntamente com seus fornecedores, as condições necessárias para assegurar a qualidade total de todos os produtos comprados, através do seu ciclo de vida, assim como de todos os serviços fornecidos;
- Estabelecer com seus fornecedores relações sólidas e duradouras, baseadas na confiança recíproca;
- Desafiar seus fornecedores a gerir seus processos de qualidade e a manter uma abordagem de melhoria contínua.
- Encorajar os fornecedores a fazerem sugestões e propostas para inovação e/ou de diferenciação.

APROVAÇÃO DE PRODUTOS

De acordo com o nível de riscos de qualidade, a Michelin aprova o produto para uma ou várias de suas instalações. A aprovação deve garantir à Michelin que o fornecedor seja capaz de entregar um produto pelo melhor custo e em conformidade com as exigências do caderno de especificações, em termos de qualidade, quantidade, prazo, serviços correlatos e durabilidade.

A aprovação diz respeito a produtos:

- Especificados no caderno de exigências Michelin,
- Fabricados conforme um processo específico, uma linha de produção ou máquina de fabricação,
- Produzidos em uma determinada instalação.

O processo de aprovação de produtos é descrito no documento em anexo.

MARCHA CORRENTE

Em suas operações regulares, a Michelin espera que os seus fornecedores atinjam a seguinte meta de desempenho:

“100% das entregas de produtos nos prazos e quantidades pactuados, com um nível zero de falhas, e pelo melhor preço, ou 100% dos serviços prestados em conformidade com as especificações.”

Todo e qualquer produto entregue ou serviço fornecido deverá respeitar integralmente os termos do contrato e do pedido de compra, assim como as exigências definidas no caderno de especificação. Será vedada toda e qualquer entrega de produto ou serviço que apresentar uma não conformidade.

Nesse estágio, o fornecedor e a Michelin terão trocado informações sobre:

- ➔ Informações de contato das áreas de Compras, supply chain e representantes técnicos,
- ➔ Os seus dados bancários,
- ➔ As normas de comunicação como, por exemplo, o idioma utilizado e as interfaces de SI (EDI, processamento dos pedidos, supply chain, etc);
- ➔ Informação sobre procedimentos em caso de crises.

1. EMBALAGEM – TRANSPORTE

Os produtos entregues deverão ser:

- ➔ **Acompanhados dos documentos administrativos necessários** contendo todas as informações exigidas pelo caderno de especificação, ou requisitadas no pedido de compras;
- ➔ **Embalados de modo a preservar a sua integridade e conformidade** durante o seu manuseio, armazenamento e transporte.

As embalagens individuais ou em lotes deverão atender às exigências legais dos países destinatários dos produtos. Dependendo da situação dos produtos em questão, o fornecedor e a Michelin trabalharão juntos para otimizar o procedimento de embalagem, definindo os tipos de containers, dos materiais de embalagem, procedimento de manuseio, seu retorno, sua reciclabilidade, etc. Este processo auxilia tanto na redução de custos quanto na proteção ao meio-ambiente.

2. ENTREGA

O fornecedor deverá comunicar com a maior antecedência possível a Michelin qualquer variação na entrega da encomenda, tanto sob o aspecto da quantidade quanto do prazo.

Em caso de variação na entrega, o fornecedor somente poderá realizá-la se obtiver a autorização de seus interlocutores de Compras e da Supply Chain da Michelin. A Michelin então conduzirá uma análise dos riscos e as etapas a serem seguidas.

O fornecedor deverá informar a Michelin sobre qualquer adicional de frete, quer sejam os respectivos custos arcados pela Michelin ou pelo fornecedor. O fornecedor deverá também gerar e apresentar um relatório de entrega quando requisitado.

3. GARANTIA DE QUALIDADE – CONFORMIDADE DO PRODUTO

O fornecedor é inteiramente responsável pela qualidade dos produtos entregues e dos serviços fornecidos.

Ele deverá implementar e verificar a eficácia dos procedimentos do seu sistema de qualidade, para assegurar que todos os produtos entregues e os serviços fornecidos estejam em conformidade com as exigências especificadas pela Michelin.

A Michelin poderá solicitar ao fornecedor:

- ➔ providenciar informações referentes aos processos e documentações relativos à gestão de qualidade (controle da produção, plano de monitoramento, ferramentas estatísticas, identificação, recurso de rastreabilidade, conservação de produtos, gestão das características do produto, conformidade e não conformidades dos produtos),
- ➔ participar do processo de homologação ou de alinhamento das práticas do seu laboratório,
- ➔ reportar ou identificar todo e qualquer lote entregue à Michelin, que tenha sido submetido a uma triagem ou a um reparo, como consequência de uma não conformidade interna,
- ➔ enviar uma amostragem de cada lote entregue em uma remessa separada,

- conservar, durante um período definido, uma amostra representativa de cada lote entregue,
- conservar, durante um período definido, seus resultados sobre produtos/procedimentos,
- permita a Michelin verificar todo ou parte de seu sistema de gestão de qualidade no site.

A Michelin especificará os parâmetros necessários à boa aplicação dos tópicos acima.

Para cada produto, a Michelin definirá, de comum acordo com o fornecedor, a natureza, o conteúdo e o modo de transmissão dos documentos que tiverem que acompanhar cada entrega, tais como, por exemplo:

- comprovante de entrega,
- certificado de análise do fornecedor COA (Certificado de análise do fornecedor), que deve conter as seguintes informações:
 - pedido, do lote e identificação do produto,
 - quantidade entregue,
 - resultados da amostragem do lote.

A Michelin define a lista de exigências do COA, de comum acordo com o fornecedor; tais detalhes compreenderão:

- um certificado de conformidade
- marcação que ateste a conformidade do produto.

O nível de qualidade será avaliado por meio de indicadores de medição de desempenho como:

- estabelecidos pela Michelin e pelo fornecedor,
- monitorados e reportados periodicamente pelo fornecedor.

A Michelin poderá conduzir auditorias a qualquer momento a fim de verificar as informações enviadas pelo fornecedor. O fornecimento de informações falsas poderá resultar no cancelamento das relações com o fornecedor.

4. RECLAMAÇÕES

Espera-se que os fornecedores tratem as reclamações e resolvam eventuais problemas de maneira eficiente e em tempo hábil.

A origem de uma reclamação pode ser uma falha detectada na recepção ou durante a utilização.

Cada reclamação será acompanhada de provas e/ou da codificação do valor referente à não conformidade. A Michelin se compromete a enviar ao fornecedor, assim que possível, todas as informações necessárias à compreensão e resolução da não conformidade.

Para cada reclamação, o fornecedor deverá atender as etapas do processo de reclamação definidas pela Michelin, ou seja:

- Reconhecer e processar a reclamação,
- Tomar a ação apropriada, de acordo com a decisão tomada em relação ao produto,
- Apresentar à Michelin a comprovação:
 - da implementação imediata das medidas adequadas aos efeitos reais ou potenciais da não conformidade (continuidade do fornecimento, proteção dos produtos Michelin, etc),
 - da identificação das causas do defeito, e da implementação do plano de medidas corretivas,
 - da garantia de não reincidência na não conformidade,
 - da medição da eficácia das medidas corretivas, e das provas de restituição do produto às condições de conformidade plena.
- resolver o problema dentro do prazo estipulado.

Em todos os casos, a Michelin se reservará o direito de:

- convocar o fornecedor, para discutir o seu plano de melhorias,
- cobrar do seu fornecedor os custos adicionais incorridos, tais como, por exemplo, os controles e os transportes complementares, despesas com reparos, triagens e detritos, e perdas de produtividade ou outros procedimentos.
- exigir que o fornecedor cumpra com exigências adicionais, ao seu próprio custo, para assegurar a conformidade dos produtos recebidos. Tais como: plano de monitoramento, comprovações de resultados, avaliação do desempenho de produtos e procedimentos, e auditoria de medidas corretivas,
- realizar uma auditoria do plano de medidas corretivas.

5. PROGRESSO CONTÍNUO

Durante a marcha corrente, o fornecedor deverá definir e comunicar à Michelin, tão logo quanto possível, o seu plano diretor de melhorias e de progresso contínuo.

Esses fornecedores deverão comprovar que estão ativamente envolvidos em medidas:

- de qualidade total, destinadas a uma melhoria específica relacionada a qualidade,
- de redução de custos,
- de monitoramento de tecnologia e antecipação de exigências em constantes mudanças (segurança, leis, qualidade, desenvolvimento sustentável, eco-design, etc...).

Tais medidas poderão conduzir o fornecedor a realizar modificações passíveis de gerar impactos sobre o desempenho dos produtos entregues ou dos serviços fornecidos à Michelin.

O fornecedor deverá informar a Michelin, com a maior antecedência possível, qualquer plano:

- de alterar suas instalações fabris ou estruturais,
- de modificar seu processo, sua linha ou máquina de fabricação, inputs, seu sistema de qualidade ou qualquer dos serviços prestados.

Essa informação deverá ser reportada antes de ser feita qualquer modificação que por ventura possa afetar os serviços fornecidos à Michelin.

Após uma análise de riscos, a Michelin definirá, em conjunto com o fornecedor, o processo de validação da inovação ou modificação.

A Michelin se reservará o direito de instaurar um novo processo de aprovação, se julgar que o plano de modificação previsto poderá de gerar impactos sobre o desempenho dos produtos em suas fábricas.

O fornecedor e a Michelin deverão acordar as condições e o planejamento de entrega dos produtos fabricados e dos serviços fornecidos, depois da modificação proposta. Todas as modificações deverão ser previamente submetidas à Michelin para aprovação, assim como para toda e qualquer subcontratação realizada pelo fornecedor.

6. GESTÃO DOS FORNECEDORES

A Michelin acompanha, monitora e audita regularmente seus fornecedores, conforme o grau de confiança adquirida.

No caso de não conformidade com os princípios de compras comprovados por:

- variação ou defeito na qualidade ou resultados insuficientes,
- insuficiência ou ineficácia no processamento das reclamações e/ou das medidas corretivas,
- discrepâncias graves em relação às exigências da Michelin identificadas em visitas técnicas ou auditorias,
- modificação dos processos de fabricação sem o aviso prévio,
- compromissos não assumidos.

A Michelin se reserva o direito de impor sanções a fornecedores, tais como:

- redução nas compras,
- retirada da aprovação do produto (isso também poderá ocorrer no período sem entregas. A Michelin definirá a duração desse período, de acordo com os produtos),
- retirada do fornecedor da lista de fornecedores aprovados Michelin.



GESTÃO DA RELAÇÃO COM FORNECEDORES "SRM"

As equipes de Compras do Grupo Michelin são focadas em estabelecer uma colaboração ativa e de qualidade com seus fornecedores, para construir uma estratégia de compras que responda efetivamente às necessidades e aos desafios do grupo Michelin.

Os elementos cruciais dessa estratégia são o diálogo, a cooperação, a transparência, a vontade de traçar, em conjunto, o futuro da mobilidade e a atitude responsável na condução de nossas práticas atuais e futuras. A abordagem SRM (Supplier Relationship Management - Gestão de Relacionamento com Fornecedores) é baseada nesses elementos.

Para administrar efetivamente nosso relacionamento com os fornecedores, nós segmentamos os fornecedores em 4 categorias ou Tiers. Assim, nossas equipes desenvolvem diferentes níveis de relacionamento, assim como ferramentas adaptadas em função de tal segmentação:

- **Tier 1:** estabelecer um verdadeiro relacionamento de ordem estratégica, baseado em projetos de inovação e/ou em parcerias,
- **Tier 2:** desenvolver o relacionamento comercial, visando uma vantagem competitiva benéfica para ambas às partes,
- **Tier 3:** otimizar o relacionamento atual, com base na melhoria contínua,
- **Tier 4:** buscar as relações comerciais, com base no respeito aos compromissos recíprocos.

Essa abordagem colaborativa deverá permitir à Michelin e a seus fornecedores, por meio da elaboração de planos de progresso, a criação e o compartilhamento de uma quantidade maior de valores, assim como a medição dos efeitos de longo prazo de tal cooperação.

BUSINESS CONTINUITY MANAGEMENT "BCM"

O grupo Michelin desenvolveu uma expertise em aprimorar constantemente a sua capacidade de manter as suas atividades em casos de crises graves. Com base nisto, e dentro do contexto da relação com fornecedores, o processo BCM (Business Continuity Management) também integra os riscos de suspensão no fornecimento de matérias-primas, dos bens e equipamentos industriais, assim como dos serviços.

Dentro de uma lógica de criação de valor compartilhado, a abordagem BCM na área de Compras privilegia a avaliação dos riscos na fonte, incentivando os nossos fornecedores a também adotarem tal abordagem, de modo a minimizar o impacto de um incidente ou de uma crise.

São realizadas auditorias de "BCM", para assegurar que nossos fornecedores também disponham de um plano de gestão eficaz para a continuidade de suas atividades.



NOSSA POLÍTICA DE RSE, DESEMPENHO E RESPONSABILIDADE MICHELIN, “A MELHOR MANEIRA DE IR MAIS LONGE” PARA COMPRAS

Manter relações de qualidade com seus fornecedores e seus subcontratados faz parte da Responsabilidade Social e Ambiental (RSE) da Michelin.

Por muitos anos, a Michelin tem praticado o processo de compras responsáveis, em conjunto com seus fornecedores, por meio da integração e aplicação operacional de princípios de desenvolvimento sustentável.

De modo a estabelecermos com nossos fornecedores relações vantajosas para ambas as partes, esperamos que estes respeitem os seguintes princípios da nossa política de desenvolvimento sustentável e que promovam a sua aplicação em sua própria supply chain.

Segue abaixo a descrição desses princípios e como o Departamento de Compras da Michelin pretende aplicar aos valores do Grupo em suas relações com os fornecedores.

Para o Grupo, suas equipes de Compras e seus fornecedores, “A melhor maneira de ir mais longe” significa:

UM KNOW-HOW ESPECÍFICO PARA MICHELIN

ESCUTAR E SATISFAZER AS NECESSIDADES DO CLIENTE

O nossos fornecedores nos ajudam a atender às expectativas de nossos clientes atendendo de forma precisa, constante e confiante às nossas necessidades.

CONTRIBUIR PARA O DESEMPENHO ECONÔMICO DO GRUPO

A atividade de Compras analisa o TCO (Total Cost of Ownership), para o alcance do melhor desempenho econômico. Ela dedica em particular a assegurar que a qualidade dos produtos e serviços fornecidos está alinhada com as necessidades do Grupo.

INTEGRAR-NOS HARMONIOSAMENTE ÀS SOCIEDADES E ÀS COMUNIDADES QUE HOSPEDAM NOSSAS INSTALAÇÕES EM TODOS OS PAÍSES DO MUNDO

Princípio PRM: *“Cada colaborador exercerá suas responsabilidades, buscando aprimorar a integração harmoniosa de nossas atividades à diversidade das malhas econômicas e sociais onde desenvolvermos as nossas atividades industriais e comerciais”. (Carta PRM, versão 2011)*

Devido à nossa presença em âmbito mundial, a Michelin utiliza, em grande parte, fornecedores locais, como complemento ao suprimento por parte de fornecedores internacionais que atendem ao nosso nível de exigências, e que aderem aos princípios do desenvolvimento sustentável.

FAZER COM QUE NOSSA ATIVIDADE REFLITA UM RESPEITO MAIOR PELO MEIO-AMBIENTE

Princípio PRM: *“A nossa paixão pela inovação também contribui para a melhora do desempenho ambiental de nossos produtos. Nós buscamos constantemente o maior equilíbrio entre a economia de combustível oferecida pela eficácia energética dos nossos pneus, e a economia pela redução de uso de matérias-primas propiciadas pela durabilidade dos nossos pneus, enquanto fornecemos produtos de segurança”.*

“Em cada uma de nossas instalações industriais, nos fazemos a gestão do desempenho ambiental para controlar o impacto de todas as nossas atividades. Asseguramos a nossa conformidade às regulamentações.” (Carta PRM, versão 2011)

Em termos de proteção ao meio-ambiente, nós esperamos de nossos fornecedores e dos seus subcontratados:

- o respeito às normas e aos regulamentos em vigor em seu país, assim como em qualquer país onde a Michelin venda e distribua os produtos fornecidos; até mesmo por solicitação nossa, a aplicação dos padrões Michelin mais rigorosos para certos projetos ou certas zonas geográficas,
- a implementação de um sistema de gestão ambiental que permita medir os eventuais efeitos negativos de suas atividades sobre o meio-ambiente,
- a redução dos resíduos e embalagens ao longo do ciclo de vida de seus produtos,
- a redução dos gases de efeito estufa,
- a preservação dos recursos naturais e dos ecossistemas,
- o desenvolvimento de produtos/serviços de baixo impacto ambiental.

ESTABELECEMOS RELAÇÕES DE HONESTIDADE E INTEGRIDADE COM NOSSOS FORNECEDORES

Princípio PRM: *“Nós estabelecemos relações honestas com nossos parceiros industriais ou comerciais, e, em particular com nossos fornecedores, baseados em termos contratuais justos, e visando o maior equilíbrio possível entre o progresso de nossos resultados e o estabelecimento de elos perenes de parceria.” (Carta PRM, versão 2011).*

A Michelin se compromete a manter relações de integridade com o conjunto de seus fornecedores.

Nós solicitamos a nossos fornecedores:

- que trabalhem com total transparência, respeitando as leis sobre concorrência,
- que lutem contra toda e qualquer forma de corrupção,
- que se comprometam a proteger a propriedade intelectual,
- que assegurem a confidencialidade das informações trocadas.

Michelin adota uma atitude responsável frente a seus fornecedores, que consiste em pagar suas faturas em conformidade às leis e regulamentos dos países onde o Grupo opera, aplicando suas disposições de maneira estrita e sincera.

COMPROMISSO COM AS COMPRAS RESPONSÁVEIS

Minérios provenientes de regiões de risco

Michelin está em conformidade com a lei Dodd-Frank e com o «Ato de Proteção ao Consumidor», que exigem das empresas mais transparência quanto aos minérios utilizados.

Estes documentos prevêm a divulgação do uso de «Minérios de Conflito» necessários à fabricação ou às funcionalidades dos produtos.

O termo **«Minérios de Conflito»** faz referência ao **ouro, estanho, tântalo e tungstênio** («3T & G»), derivados de cassiterita, colombo-tantalite e à wolframita, não importando onde sejam comprados, processados ou vendidos. A finalidade dessas exigências é promover o objetivo humanitário de por fim aos conflitos violentos na República Democrática do Congo e nos países do entorno, financiados em parte pela exploração e comércio dos «Minérios de Conflito».

A fim de assegurar o respeito a essas exigências e de verificar a origem desses minérios na nossa cadeia de abastecimento, nós exigimos a certos fornecedores e a seus sub-contratados que preencham o formulário **«Modelo de Relatório de Minérios de Conflito»**.

AGIR PARA UMA GESTÃO RESPONSÁVEL E SUSTENTÁVEL DA CULTURA DA SERINGUEIRA

Produtor e transformador da borracha natural, a Michelin respeita e promove os **cinco valores** dos Princípios de Compras Michelin no domínio da borracha natural.

Respeito às pessoas

- ➔ Promover a resolução de conflitos ligados à propriedade fundiária.
- ➔ Melhorar as condições de trabalho e a qualidade de vida.

Proteção do Meio Ambiente

- ➔ Lutar contra o desmatamento.
- ➔ Mitigar o impacto potencial da atividade de cultivo da seringueira sobre a fauna, a flora e o meio ambiente.

Melhoria das práticas agrícolas

- ➔ Promover as melhores práticas agrícolas para seus fornecedores, organizações profissionais, cooperativas locais ou grupos de agricultores.
- ➔ Agir em favor do aumento dos rendimentos agrícolas.

O bom uso dos recursos naturais

- ➔ Aumentar a eficiência material da borracha natural.

A boa governança

- ➔ Lutar contra toda forma de corrupção.
- ➔ Dialogar com os stakeholders locais e internacionais, a fim contribuir com o desenvolvimento do cultivo sustentável de borracha natural.
- ➔ Agir de maneira transparente

O documento Princípios de Compras Michelin para o domínio da borracha natural está disponível na íntegra no site <http://purchasing.michelin.com/>

Para o Grupo, suas equipes de Compras e seus fornecedores, “A melhor maneira de ir mais longe” também significa:

UMA CULTURA ÚNICA

Ela constitui uma vantagem competitiva, assim como um trunfo significativo que os nossos fornecedores e subcontratados valorizam.

RESPEITO ÀS PESSOAS

Nós esperamos que os nossos fornecedores e seus subcontratados respeitem:

- ➔ os padrões internacionais, e em particular a declaração universal dos Direitos Humanos, o Pacto Mundial das Nações Unidas e os princípios norteadores da OCDE,
- ➔ os dispositivos legais e regulamentares do direito trabalhista em vigor no país (com relação a remuneração, jornada de trabalho, liberdade de associação, etc...),
- ➔ as principais convenções da Organização Internacional do Trabalho (OIT), em particular no tocante ao trabalho infantil, à mão de obra escrava e à não discriminação,
- ➔ a dignidade da pessoa humana, por meio de condições aceitáveis de trabalho,
- ➔ as normas de segurança, saúde e higiene, de modo a restringir os efeitos de suas atividades sobre a saúde e a segurança de sua equipe e das comunidades vizinhas às suas plantas,
- ➔ as regras de segurança aplicadas nas instalações da Michelin, onde visitem ou trabalhem.

PROMOVER A INOVAÇÃO

Princípio PRM: “Manter o espírito aberto e buscar a inovação. Enquanto a qualidade é o pilar da Marca, é a inovação que a torna única.” (*Carta PRM, versão 2011*).

Desde sempre, a inovação é a estratégia principal da Michelin. Sua natureza precursora, trazendo inovações úteis ao cliente e aos avanços das sociedades, permitiu ao Grupo figurar como um ator principal na evolução da sua indústria e dos mercados.

A abordagem da inovação aberta e colaborativa da Michelin envolve tanto seus recursos internos quanto o seu ambiente inovador de negócios, do qual fazem parte seus fornecedores.

O estímulo à inovação por parte de nossos fornecedores, para a criação conjunta de valores, representa um dos desafios da área de Compras.

PROGREDIR CONSTANTEMENTE

A Michelin trabalha com fornecedores que atendam às suas exigências de qualidade, custos, prazos e confiabilidade, e que se comprometam a progredir na atuação com os direitos humanos e ao meio-ambiente. Assim, o Grupo auxilia seus fornecedores na construção de planos de progresso, com o objetivo de aumentar o valor de seus produtos e serviços.

O Grupo Michelin acompanha rigorosamente e regularmente seus fornecedores, por meio **de avaliações de desempenho que incluem critérios relacionados a RSE (Responsabilidade Social Empresarial)**. Nossos fornecedores-chave se comprometem a fixar objetivos específicos nessas áreas para obter o feedback sobre sua avaliação e para colocar em prática os planos de medidas corretivas que vierem a ser eventualmente exigidas. Eles também autorizam a Michelin, ou seus representantes oficiais, a realizarem auditorias nas instalações.

Desde 2011, a Michelin avalia o desempenho RSE de seus fornecedores-chave.

Além das auditorias de qualidade, a Michelin mede o nível de maturidade RSE de seus fornecedores com o auxílio de um consultoria externa. Essa avaliação, desencadeada a partir de uma análise de riscos em potencial, adota a forma de um questionário online, cujas informações deverão ser preenchidas pelo fornecedor. A análise dos pontos fortes e fracos cobre as áreas ambiental, social e ética e poderão levar à implementação de planos de ações, ou, de acordo com o nível de urgência, a uma auditoria mais específica nas instalações.

A Michelin garante um acompanhamento e uma pilotagem rigorosos de seu desempenho global em matéria de compras sustentáveis, e se compromete a publicar os resultados das avaliações de desempenho RSE de seus fornecedores.

POSSUIR UMA VISÃO DE LONGO PRAZO

Como parte do SRM "Supplier Relationship Management", a Michelin constrói uma relação de parceria de longo prazo com seus fornecedores. O Grupo deseja que essa relação seja estabelecida de forma equitativa, considerando os interesses de todas as partes envolvidas.



AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO

A Michelin organiza periodicamente reuniões com seus principais fornecedores, para proceder a um balanço quanto ao desempenho.

A frequência e a pauta dessas reuniões serão definidas de comum acordo com o fornecedor.

O objetivo dessas reuniões consiste em:

- ➔ rever a situação e transmitir:
 - o relatório de desempenho do fornecedor que compreende qualidade, respeito aos compromissos, competitividade das ofertas comerciais, dinâmica dos avanços, da inovação e criação de valor, Responsabilidade Social e Ambiental e Business Continuity Management,
 - o plano de melhoria contínua, com prazos e objetivos já definidos.
 - a avaliação do fornecedor em relação à qualidade das relações com a Michelin em termos de condições de pagamento, gestão da relacionamento com o fornecedor e supply chain, etc...
- ➔ alinhar a visão sobre nossas relações técnicas e comerciais.

CONCLUSÃO

O grupo Michelin opera em um grande número de países, o que representa um vasto leque de culturas, leis e regimes políticos.

A regra fundamental da empresa e de cada empregado é respeitar as leis e os regulamentos dos países onde o Grupo opera e cumprir os valores e princípios formalizados na carta de **Desempenho e Responsabilidade Michelin, "A melhor maneira de ir mais longe"**.

As diretrizes desse documento poderão não corresponder exatamente às leis ou aos costumes do país onde o Grupo Michelin opera. Quando a legislação local impuser normas mais rígidas que aquelas expressas neste documento, será a legislação do país que deverá prevalecer.

Em contrapartida, se os Princípios de Compras da Michelin forem normas mais exigentes, serão estas que deverão prevalecer.

Os fornecedores do grupo Michelin reconhecem que o respeito aos princípios enunciados neste documento constitui um elemento essencial no relacionamento comercial e se comprometem a aplicá-los, ou a colocar em prática um plano de ação para atingi-los. **Se, apesar de reiteradas advertências, algum fornecedor insistir em contrariar as normas expostas acima, o Grupo cessará toda e qualquer relação comercial com este.**





ANEXOS

QUALIDADE – PROCESSO DE APROVAÇÃO DE PRODUTOS

De acordo com o nível de riscos de qualidade, a Michelin realiza o processo de aprovação de produtos para uma ou várias de suas instalações.

Para obter a aprovação, o fornecedor deverá assegurar à Michelin que é capaz de entregar um produto pelo melhor custo, e em conformidade com o caderno de especificações Michelin, tanto em termos de qualidade como quantidade, prazo, serviços relacionados e durabilidade.

A aprovação diz respeito a um produto:

- descrito no caderno de especificações Michelin,
- elaborado com base em um procedimento, linha ou máquina de produção definidos,
- produzido em um site específico.

De agora em diante, a palavra “produto” se refere a esses três componentes (produto/processo/site).

1. REQUISITOS PARA A APROVAÇÃO DO PRODUTO

Para poder dar início ao processo de aprovação, o fornecedor deverá:

- **Atender às exigências e às imposições legais e regulamentares** do país destinatário, com relação à composição e utilização do produto entregue (como por exemplo, o regulamento REACH (Registro, Avaliação e Autorização de Substâncias químicas) referente às substâncias químicas destinadas aos países da União Europeia, etc...)
- **Aceitar e assinar o caderno de especificações Michelin** (caderno de exigências técnicas, e, se necessário for, a manifestação quanto à necessidade de identificação, rastreabilidade, proteção, acondicionamento, transporte, entrega, manuseio, etc...). A Michelin e o fornecedor deverão concordar com os métodos de medição a serem utilizados.
- **Fornecer FISPQ - Ficha de Informação de Segurança de Produtos Químicos nos idiomas exigidos**, e de acordo com a legislação e a regulamentação do país destinatário. Essa informação deve ser validada pela Michelin antes do uso do produto.
- **Descrever e comunicar as características que não tenham sido especificada** pela Michelin, se o fornecedor as julgar necessárias ao uso especificado ou previsível.

Se julgar necessário, a Michelin poderá solicitar ao fornecedor:

- **Enviar informações complementares** (parte do questionário de auditoria do fornecedor) referentes:
 - à sua concepção e ao seu desenvolvimento,
 - à sua gestão de fornecedores,
 - ao seu processo de fabricação e à sua solidez,
 - aos seus meios de produção, conservação, armazenamento, acondicionamento e transporte,
 - ao seu sistema de identificação e de rastreabilidade,
 - aos seus meios de comunicação (dentre os quais a gestão de comandos por EDI – Intercâmbio de Dados Informatizados, prestação de serviços),
 - à reciclagem, à manutenção ou à eliminação dos materiais.
- **Demonstrar controle efetivo diante do:**
 - processo de produção (resultados AMDEC – Análise das modalidades de falhas, seus efeitos e nível de gravidade, processo de fabricação, capacidade para o processo: Cp, Cpk – Indicadores de capacidade),
 - a qualidade dos produtos fabricados, armazenados e entregues (gestão da conformidade do produto: plano de monitoramento, capacidade do produto, qualidade da medição, etc.),
 - os produtos que ingressam no sistema e os produtos subcontratados,
 - sua gestão de produção e supply chain.
- **Demonstrar habilidade na gestão de:**
 - dos riscos de “business continuity” (continuidade dos negócios): provisão das necessidades expressas, das excepcionais e urgentes,
 - das características especiais do produto,
 - das não conformidades e das reclamações,
 - das modificações.
- **Atender às exigências das normas ISO TS 16949 e/ou ISO 14001.**

A Michelin se reservará o direito de realizar visitas técnicas ou auditorias para verificar o atendimento no todo ou em parte, às exigências formuladas, em função da relevância do produto e da familiaridade com o fornecedor.

O prosseguimento do processo de aprovação dependerá do resultado de tais atividades.

2. O PROCESSO DE APROVAÇÃO DO PRODUTO

De acordo com os elementos apresentados pelo fornecedor e com a relevância dos produtos, a Michelin estabelecerá um protocolo para a aprovação, que definirá:

- o número e a natureza das etapas a serem implementadas,
- os volumes de produtos a serem entregues a cada etapa e as instalações da Michelin envolvidas,
- a lista de dados a serem gerados pelo fornecedor (administrativos, logísticos, técnicos),
- o nível de desempenho a ser alcançado para a aprovação do produto, nos âmbitos:
 - das propriedades intrínsecas (em relação ao caderno de especificações),
 - do comportamento no processo de fabricação Michelin,
 - da aptidão em atender às necessidades da Michelin.

Além disso, a Michelin e o seu fornecedor deverão concordar com:

- a definição do lote, sua identificação e sua rastreabilidade,
- os documentos de registro dos testes de qualidade, com os resultados relativos à conformidade dos produtos entregues.

A Michelin é responsável por implementar os recursos necessários à execução e à finalização desse processo de aprovação dentro dos prazos mais curtos.

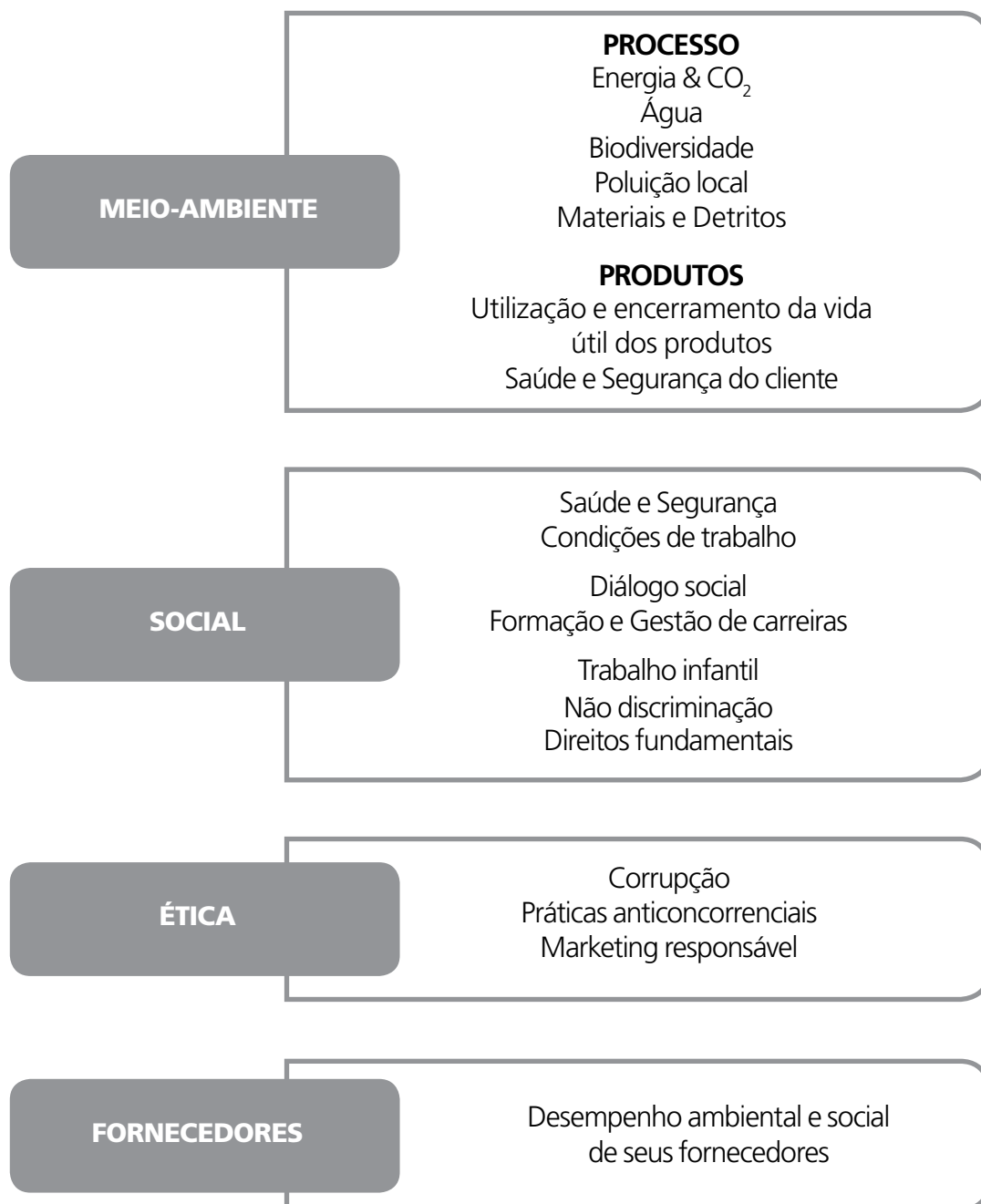
A Michelin manifestará sua aprovação, assim que entender preenchidos todos os requisitos técnicos, logísticos, comerciais e de comunicação.

A aprovação do produto poderá ser revista, na hipótese de avanço no perímetro de utilização na Michelin, ou de alterações nos fornecedores.

Nesse caso, será feita uma análise de riscos, que compreende, entre outros, o respeito às exigências e às imposições legais e regulamentares do país, assim como as peculiaridades locais de produção.

CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO RSE

A metodologia usada é baseada nos padrões internacionais de RSE (Global Impact, ISO 26000), sendo dividida em 4 temas. Somente serão levados em consideração os critérios específicos às matérias envolvidas no setor de atividades do fornecedor em questão.



A ORGANIZAÇÃO DE COMPRAS DA MICHELIN, uma rede mundial em mais de 27 países



4 SEGMENTOS DE COMPRAS

- Matérias-primas e energia
- Borracha natural
- Compras de artigos industriais
- Serviços

4 ZONAS GEOGRÁFICAS

- Europa
- América do Norte
- América do Sul
- Ásia (Pacífico)

PARA SABER MAIS

➤ Sobre o processo de Desempenho e Responsabilidade Michelin, "A melhor maneira de ir mais longe"
www.michelin.com/corporate

➤ Sobre nossos referenciais para fornecedores da Michelin (Qualidade, Condições gerais de compra, etc...)
www.michelin.com/purchasing

Michelin – Diretoria do Grupo, Setor de Compras

23, place des Carmes-Déchaux
63040 Clermont-Ferrand Cedex 9 - France
+33 (0)4 73 32 20 00

