



***POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL
CORPORATIVA (CSR) DE MICHELIN
REGION AMERICA CENTRAL***



La política de Responsabilidad Social Corporativa (CSR) de Michelin, tal como se describe en La Carta de Desempeño y Responsabilidad, “**A Better Way Forward**”, es un reflejo de nuestro núcleo de valores. Se aplica a la relación con nuestros proveedores y sus subcontratistas, como es de esperarse que apliquen los principios del desarrollo sostenible y las normas internacionales a todas sus actividades y sitios a nivel mundial.

Los **Principios de Compra Michelin** reflejan estos compromisos y los valores del Grupo, y guían nuestras acciones para asegurar que nuestros clientes y otras partes interesadas del mercado continúen confiando en nuestra marca.

Michelin trabaja en asociación con nuestros proveedores en un enfoque conjunto para el progreso de la CSR.

Teniendo en cuenta que las compras representan cerca del 60% de las ventas de Michelin, en los últimos años la empresa ha adoptado un enfoque proactivo hacia las compras responsables con nuestros proveedores. Esto significa que nos comprometemos a seleccionar proveedores, bienes y servicios que se producen en cumplimiento de los más altos estándares sociales, éticos y ambientales, de acuerdo con los Principios de Compra de Michelin.

Este enfoque se presenta en la **Política de Compras Responsables y Sostenibles**.

EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DE LA CSR

Michelin ha implementado evaluaciones de CSR a través de Ecovadis, una empresa de sostenibilidad de terceros calificadora de riesgo, reconocida a nivel mundial como referente en programas de sustentabilidad. Esto nos ayuda a identificar asociaciones que valen la pena y asegura que estamos alineados con empresas que comparten los mismos valores. Los proveedores deberán completar una evaluación de CSR dentro de los doce meses posteriores a una adjudicación de negocio o una prórroga del contrato, a petición de Michelin. Los proveedores Michelin deben lograr y mantener un puntaje mínimo de 45, o presentar un plan de acción correctivo dentro dos meses de la evaluación, en el caso de que se consiguiera menos de 45.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Michelin también tomará en cuenta al momento de una licitación o asignación de negocio a los proveedores que tengan el distintivo de ESR, ya que dichas empresas establecen como principales estándares en su cultura organizacional, la ética, la moral, y todo lo que se refiere a valores.

- Respeto a la dignidad de la persona.
- Empleo digno.
- Solidaridad.
- Subsidiariedad.
- Contribución al bien común.
- Corresponsabilidad.
- Confianza.
- Ética en los negocios.
- Prevención de negocios ilícitos.
- Vinculación con la comunidad.
- Transparencia.
- Honestidad y legalidad.
- Justicia y equidad.
- Empresarialidad.
- Desarrollo social.
- Calidad de Vida.
- Cuidado del Medio Ambiente.