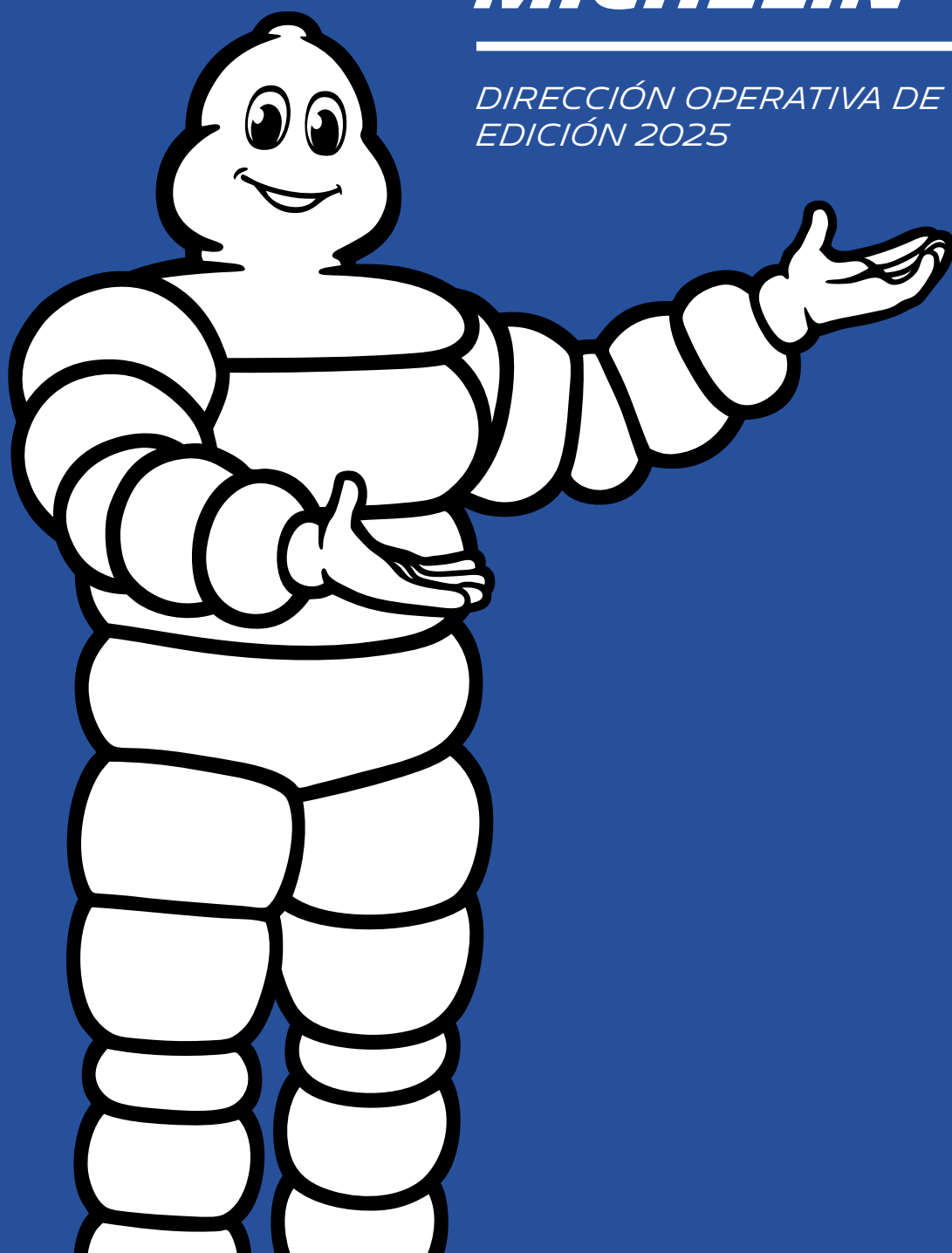


PRINCIPIOS DE COMPRAS MICHELIN

*DIRECCIÓN OPERATIVA DE COMPRAS
EDICIÓN 2025*



PRINCIPIOS DE COMPRAS MICHELIN

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN

1 — ALCANCE, DEFINICIONES Y PRINCIPIOS PARA SU APLICACIÓN

1.1 Alcance

1.2 Cumplimiento de leyes, reglamentos
y principios internacionales

3 — ÉTICA EMPRESARIAL

3.1 Buena fe

3.2 Competencia y conducta leal

3.3 Restricciones comerciales

3.4 Corrupción y tráfico de influencias

3.5 Conflictos de intereses

3.6 Fraude y ética financiera

3.7 Regalos e invitaciones

3.8 Confidencialidad

3.9 Protección de la propiedad intelectual
(PI)

3.10 Datos personales

3.11 Personal del proveedor

3.12 Código de conducta

3.13 Línea ética

2 — PRINCIPIOS BÁSICOS

2.1 Cumplimiento de leyes, reglamentos y
principios internacionales

2.2 Respeto de las personas

2.2.1 Derechos humanos
(incluidas las condiciones laborales)

2.2.2 Salud y seguridad de las personas

2.2.3 Comunidad

2.3 Protección del medioambiente

4 — TRABAJAR JUNTOS

4.1 Antes de seleccionar proveedores

4.2 Calidad y seguridad

4.2.1 Política de calidad

4.2.2 Seguridad de la información

4.3 Avanzar juntos de forma sostenible

4.3.1 Evaluación CSR de Proveedores

4.3.2 Gestión de la relación con el Proveedor

4.4 Mediación

**APLICACIÓN DE LOS PRINCIPIOS
FUNDAMENTALES DEL CAUCHO NATURAL**

CONCLUSIÓN

DEFINICIONES

**FLORENT MENEGAUX**
PRESIDENTE

CONVICCIONES DEL GRUPO MICHELIN PARA UN FUTURO SOSTENIBLE

**YVES CHAPOT**
GERENTE Y DIRECTOR
ADMINISTRATIVO
Y FINANCIERO

DESDE SU FUNDACIÓN, EL GRUPO MICHELIN SIEMPRE HA DEFENDIDO LA LIBERTAD DE MOVIMIENTO COMO UN DERECHO FUNDAMENTAL Y UNA FUENTE DE PROGRESO HUMANO.

PLENAMENTE CONSCIENTE DEL IMPACTO MEDIOAMBIENTAL DE SUS OPERACIONES Y DE LA CRISIS A LA QUE SE ENFRENTA EL PLANETA, EL GRUPO QUIERE DESEMPEÑAR UN PAPEL LÍDER EN EL DESARROLLO SOSTENIBLE.

MICHELIN ACTÚA APOYÁNDOSE EN SU HISTORIA, SUS VALORES Y SU EXPERIENCIA, Y REAFIRMANDO SUS FIRMES CONVICCIONES:

- EL GRUPO QUIERE CONTRIBUIR A DAR FORMA AL FUTURO DEL MUNDO MEDIANTE UN CRECIMIENTO EQUILIBRADO DE SUS OPERACIONES, QUE RECONCILIE LOS RESULTADOS EMPRESARIALES, EL DESARROLLO DE LAS PERSONAS Y LA GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL.
- MICHELIN CREE QUE EL PROGRESO TECNOLÓGICO ES UNA DE LAS SOLUCIONES A LOS RETOS MEDIOAMBIENTALES.
- MICHELIN CREE QUE LAS EMPRESAS DEBEN DESEMPEÑAR UN PAPEL EN LA SOCIEDAD PARA APORTAR UNA RESPUESTA COLECTIVA A LOS RETOS DE HOY EN DÍA.
- MICHELIN CREE FIRMEMENTE EN LA CAPACIDAD DE LAS PERSONAS PARA CONSTRUIR UN FUTURO SOSTENIBLE.



ALCANCE, DEFINICIONES Y PRINCIPIOS PARA SU APLICACIÓN

1.1 Alcance

1.2 Requisitos/expectativas: definiciones y aplicaciones

1 – ALCANCE, DEFINICIONES Y PRINCIPIOS PARA SU APLICACIÓN

1.1 – Alcance

Los Principios de Compras de Michelin forman parte integrante de cada contrato entre un Proveedor y cualquier empresa del Grupo Michelin que adquiera bienes o servicios, denominadas en este documento «Compradores».

1.2 – Cumplimiento de leyes, reglamentos y principios internacionales

Los Principios de Compras de Michelin tienen dos niveles esenciales:
Principios Requeridos y Principios Esperados.

UN PRINCIPIO REQUERIDO

es un principio que un Proveedor debe cumplir y debe garantizar que el mismo principio o principios similares se apliquen en toda su Cadena de Suministro.

A petición del Comprador, los Proveedores deberán informar, de manera transparente, sobre los niveles de cumplimiento alcanzados y, cuando se les solicite, proporcionar certificaciones aplicables u otros documentos que confirmen dicho cumplimiento. Cualquier incumplimiento, total o parcial, de los principios Requeridos constituirá una violación del contrato, y el Comprador podrá ejercer todos los derechos y recursos relacionados, incluida la terminación total o parcial de la relación comercial con el Proveedor.

UN PRINCIPIO ESPERADO

es un principio que Michelin fomenta, alienta y espera.

Representa la visión de Michelin de un modo transparente y permite a todos los Proveedores mejorar en consonancia con las expectativas de Michelin a lo largo de un proceso continuo de mejora. La evaluación del cumplimiento con los Principios Esperados por parte de un Proveedor deberá tener en cuenta la envergadura del Proveedor, el nivel de complejidad que supone la implementación del principio y el nivel de riesgo en caso de incumplimiento potencial o real de dicho principio.

El Grupo Michelin considera de suma importancia el cumplimiento de los principios básicos, a saber:

- Leyes y Reglamentos aplicables al Comprador y/o todos o parte de sus Productos, Servicios y/u operaciones;
- Respeto a las personas, en todos los aspectos.
- Protección del medioambiente.

Se espera que todos nuestros Proveedores contribuyan al cumplimiento total del Comprador con estos principios básicos, dentro del alcance aplicable a los mismos.

PRINCIPIOS BÁSICOS

2.1 Cumplimiento de leyes, reglamentos y principios internacionales

2.2 Respeto de las personas

2.2.1 Derechos humanos (incluidas las condiciones laborales)

2.2.2 Salud y seguridad de las personas

2.2.3 Comunidad

2.3 Protección del medioambiente

2 – PRINCIPIOS BÁSICOS

2.1 – Cumplimiento de leyes, reglamentos y principios internacionales

Compromiso de Michelin con los principales principios internacionales

Como miembro del Pacto Mundial de las Naciones Unidas desde 2010, Michelin se compromete a respetar y promover plenamente los derechos humanos en todas sus actividades y en todos los países en los que opera. Además, Michelin se compromete a cumplir los siguientes textos internacionales: la Declaración Universal de los Derechos Humanos, los Convenios Fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), las Líneas Directrices de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) para empresas multinacionales en materia de derechos humanos, protección del medioambiente y lucha contra la corrupción, así como las Directrices de la ONU sobre las empresas y los derechos humanos.

El compromiso del Grupo Michelin de actuar de manera responsable y ética hacia los empleados, socios y comunidades locales debe ser comprendido y respetado por todos.

PRINCIPIO REQUERIDO:

El Proveedor se compromete a cumplir y garantizar que sus Productos y/o Servicios cumplan con las leyes y los reglamentos en vigor en el país o países en los que opere, así como en todos aquellos países en los que los Productos y/o Servicios sean o vayan a ser importados, entregados, distribuidos y/o razonablemente se espere que se utilicen («Leyes y Reglamentos»)

Principios requeridos para casos específicos:

Nuestras actividades de compra se desarrollan en muchos países con un amplio abanico de culturas, leyes y regímenes políticos:

- a - En algunos casos, es posible que los Principios de Compras de Michelin no se correspondan exactamente con las Leyes y Reglamentos de un país específico. En el supuesto de contradicciones entre Leyes y Reglamentos aplicables y cualquier Principio de Compras de Michelin, tendrá prioridad el requisito más estricto.
- b - En el supuesto de diferentes Leyes y Reglamentos aplicables a una misma transacción, todas las Leyes y Reglamentos obligatorias deberán cumplirse siempre dentro del alcance geográfico aplicable.

PRINCIPIO ESPERADO:

El Proveedor debe promover los principios internacionales mencionados dentro de su Cadena de Suministro y se le anima a adherirse al Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

2 – PRINCIPIOS BÁSICOS

2.2 – Respeto de las personas

2.2.1 – Derechos humanos (incluidas las condiciones laborales)

PRINCIPIO REQUERIDO:

El proveedor debe cumplir con lo siguiente, como mínimo:

- Estándares internacionales, incluyendo la Declaración Universal de Derechos Humanos, el Pacto Mundial de Naciones Unidas, las Directrices de la OCDE, así como las Directrices de Naciones Unidas sobre negocios y derechos humanos.
- Las disposiciones legales y reglamentarias de la legislación laboral en vigor en el país respectivo (nivel de remuneración, horario laboral, libertad de asociación, etc.).
- La dignidad del individuo mediante unas condiciones laborales aceptables.
- Los Convenios Fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), en especial, en lo relativo a trabajo infantil, trabajo forzoso u obligatorio, libertad de asociación y derecho a la negociación colectiva, discriminación y acoso.
- Cualquier práctica de esclavitud, trabajo forzoso o trata de personas estará estrictamente prohibida, y el Proveedor deberá cumplir los requisitos contenidos en los recuadros adjuntos sobre Trabajo Infantil, Trabajo Forzoso y Minerales de Conflicto.

PRINCIPIO ESPERADO:

El Proveedor va más allá de la mera aplicación estricta de las Leyes y Reglamentos, garantizando en particular que sus empleados dispongan de condiciones laborales dignas, incluidas jornadas de trabajo y períodos de descanso adecuados, así como un salario digno que les permita cubrir las necesidades básicas de sus familias.

+ FOCO
TRABAJO INFANTIL:

TRABAJO INFANTIL:

Está prohibido el empleo de personas menores de 18 años. Se permiten excepciones para personas entre 15 y 18 años, especialmente si el período de trabajo forma parte de un aprendizaje, siempre que el trabajo no sea peligroso por su naturaleza, no sustituya a la escolarización, no sea perjudicial para el desarrollo y la salud de la persona y cumpla con los Convenios 138 y 182 de la OIT y las disposiciones del derecho nacional e internacional aplicable.

2 – PRINCIPIOS BÁSICOS

2.2 – Respeto de las personas

2.2.1 – Derechos humanos (incluidas las condiciones laborales)

+ FOCO TRABAJO FORZOSO

TRABAJO FORZOSO:

Los Proveedores no deberán usar ni tolerar el trabajo forzoso, el cual hace referencia a situaciones en las que las personas son forzadas a trabajar o trabajar horas extras bajo amenaza o intimidación o a través de medios más sutiles, tales como deuda acumulada, retención de los documentos de identidad o firma de un contrato cuyos términos no resulten comprensibles para el empleado.

Los Proveedores deben aplicar prácticas de contratación justas y, en particular, abstenerse de cobrar al trabajador o candidato costes directos o indirectos por su propia contratación.

+ FOCO EN MINERALES DE ZONAS DE CONFLICTO

MINERALES DE ZONAS DE CONFLICTO:

El objetivo del Comprador es comprar Productos que no financien ni apoyen, ya sea de forma directa o indirecta, a grupos armados en zonas de conflicto. Lo anterior es aplicable a varios minerales y sus derivados, tales como el tantalio, el estaño, el tungsteno, el oro y el cobalto.

El Comprador aborda la cuestión de los minerales de zonas de conflicto teniendo en cuenta la Guía de diligencia debida de la OCDE para la gestión responsable de las cadenas de suministro de minerales procedentes de zonas de conflicto y de alto riesgo y de conformidad con la Ley Dodd-Frank de reforma de Wall Street y protección al consumidor de Estados Unidos. Aunque el Comprador no está sujeto a la legislación estadounidense, algunos de nuestros clientes deben cumplir las obligaciones que esta impone en materia de transparencia.

El Comprador no participa en actividades mineras, pero es posible que haya minerales en algunos Productos de nuestra Cadena de Suministro. El Comprador, por consiguiente, se compromete a colaborar con sus Proveedores para lograr los objetivos del Comprador. Tras identificar los Productos que puedan contener tales minerales y a los Proveedores correspondientes, el Comprador solicita a estos Proveedores que faciliten información sobre cómo se obtienen, utilizando los formularios y las listas de la Iniciativa de Minerales Responsables (RMI, Responsible Minerals Initiative).

Se puede solicitar al Comprador que facilite un informe sobre materiales de zonas de conflicto a sus clientes previa petición. En lo sucesivo, todo Proveedor se compromete a cumplir con los requisitos siguientes:

- Proporcionar, a petición del Comprador o de la plataforma aprobada por el Comprador (ej., «Assent»), los informes requeridos utilizando el CMRT (Plantilla de informe sobre minerales de zonas de conflicto) y/o el CRT (Plantilla de informe sobre cobalto), según las últimas revisiones publicadas por la RMI (Iniciativa para Minerales Responsables) <https://www.responsiblemineralsinitiative.org/>;
- Tener o implementar una política y un proceso para garantizar que el Proveedor (a) se abastezca de una Cadena de Suministro socialmente responsable (trabajando solo con fundiciones y refinerías en zonas libres de conflictos), y que (b) comunique estos requisitos a su propia Cadena de Suministro.

2 – PRINCIPIOS BÁSICOS

2.2 – Respeto de las personas

2.2.2 – Salud y seguridad de las personas

La calidad y el alcance de las prácticas de salud y seguridad son criterios importantes a la hora de seleccionar a los proveedores.

PRINCIPIO REQUERIDO:

- Ya sea en relación con Productos, Servicios, operaciones o emplazamientos, el Proveedor debe proteger la salud y la seguridad de las personas mediante un cumplimiento estricto de las Leyes y los Reglamentos aplicables, los requisitos establecidos en el siguiente apartado «Foco en Productos químicos y sustancias prohibidas» y las mejores prácticas de su profesión, independientemente de si determinados países son más o menos estrictos en términos de salud y seguridad.
- El Proveedor debe evaluar periódicamente los riesgos de salud y seguridad a los que se enfrentan las comunidades en las proximidades de sus emplazamientos y/u operaciones.
- El Proveedor no contratará ni utilizará fuerzas de seguridad privadas o públicas sin la selección, instrucción y supervisión adecuadas para garantizar que se respeten todos los principios Requeridos, y se prohibirá a cualquier fuerza de seguridad contratada el uso de la tortura, la amenaza de lesiones o la discriminación.
- Los Proveedores que trabajan en los emplazamientos del Comprador, ya sea de forma ocasional o permanente, deben:
 - Obtener la autorización previa para acceder al emplazamiento de conformidad con las normas internas vigentes en dicho emplazamiento.
 - Definir e implementar todas las medidas necesarias para garantizar que todo el Personal del Proveedor cumpla con las normas de seguridad, salud e higiene definidas para el emplazamiento en cuestión. El Proveedor debe desarrollar de forma continuada, entre su personal, comportamientos de vigilancia constante y cumplimiento de las normas del emplazamiento en cuestión.
 - Elaborar un plan de prevención antes de llevar a cabo trabajos en el emplazamiento, de conformidad con los estándares del Comprador.
 - Informar al Comprador antes de cualquier uso de sustancias químicas nuevas y facilitar la documentación necesaria detallando sus características, riesgos y medidas de prevención.
 - Notificar cualquier anomalía observada al director del emplazamiento o al responsable de seguridad designado en el emplazamiento del Comprador donde esté trabajando el Proveedor o, si esas personas no estuvieran disponibles, a la persona de contacto del Comprador del Proveedor.

PRINCIPIO ESPERADO:

El Proveedor implementa un sistema de gestión de salud y seguridad diseñado para aprender la lección de experiencias pasadas y fomentar la mejora continua de las prácticas. El sistema se puede basar en políticas, instrucciones, directrices, información y campañas de sensibilización pertinentes, planes de mejora e indicadores pertinentes (p. ej., tasa de accidentes, notificación y gestión de situaciones de riesgo, número de propuestas de mejora en materia de salud y seguridad, etc.). Se fomenta la obtención de la certificación ISO 45001.

El Proveedor dispone de un proceso regular para supervisar la lista de sustancias preocupantes incluidas en REACH u otras Leyes y Reglamentos aplicables, y trabaja activamente para identificar y validar alternativas a dichas sustancias.

+ FOCO

PRODUCTOS QUÍMICOS Y SUSTANCIAS PROHIBIDAS

PRODUCTOS QUÍMICOS Y SUSTANCIAS PROHIBIDAS

En todo el mundo, Michelin está especialmente atenta a las sustancias químicas y a la seguridad de los materiales utilizados en sus emplazamientos o que puedan incorporarse a los productos que el Grupo comercializa. Ya sea en mezclas, objetos o artículos, cualquier Producto (incluido su embalaje) entregado al Comprador no deberá contener ninguna sustancia prohibida, ya sea prohibida por las Leyes y Reglamentos aplicables o por las especificaciones proporcionadas por el Comprador. Sin perjuicio de lo anterior, el uso de amianto o de Productos que lo contengan en cualquier bien, servicio u otro material entregado a Michelin o que entre en un emplazamiento Michelin está estrictamente prohibido. Además, el Proveedor debe cumplir los requisitos del reglamento REACH de la UE, tal como se expone en la Sección 2.3 de estos Principios.

2 – PRINCIPIOS BÁSICOS

2.2 – Respeto de las personas

2.2.2 – Salud y seguridad de las personas

La calidad y el alcance de las prácticas de salud y seguridad son criterios importantes a la hora de seleccionar a los proveedores.

2.2 – Respeto de las personas

2.2.3 – Comunidad

El Grupo Michelin busca integrarse a la perfección en las sociedades y comunidades locales relacionadas con sus operaciones en los países de todo el mundo. Por este motivo, el Comprador tiene por objetivo abastecerse no solo de Proveedores internacionales, sino también de Proveedores locales y Proveedores inclusivos (p. ej., Proveedores de sectores laborales protegidos o adaptados, Proveedores que fomenten la reincorporación al trabajo, Proveedores que pertenezcan a minorías, etc.) que cumplan con los elevados estándares de Michelin.

PRINCIPIO ESPERADO:

Todos los Proveedores deben participar en el desarrollo económico y social de las comunidades cercanas o en las que operan.

2 – PRINCIPIOS BÁSICOS

2.3 – Protección del medioambiente

El Grupo Michelin concede la máxima importancia a la protección del medioambiente.
El Proveedor debe tener igualmente en cuenta la protección medioambiental en sus operaciones.

PRINCIPIO REQUERIDO:

A petición del Comprador, el Proveedor deberá cumplir con las normas y estándares del Grupo Michelin aplicables a emplazamientos o proyectos específicos, incluso cuando superen los requisitos de las Leyes y Reglamentos en vigor. El Proveedor deberá proporcionar al Comprador, cuando este lo solicite, cualquier información necesaria para determinar el impacto medioambiental, de responsabilidad social u otros impactos de RSC/ESG de cualquier Producto y/o Servicio que suministre al Comprador, o para satisfacer las expectativas y demandas de las autoridades gubernamentales o regulatorias, o de otros grupos de interés del Comprador, incluidos clientes, inversores, asociaciones, etc. Dicha información podrá incluir, entre otros, emisiones de CO₂, uso de productos fitosanitarios, certificaciones, trazabilidad de componentes, etc., información que podrá divulgarse con el fin de satisfacer dichas demandas y cumplir los requisitos legales.

El Proveedor se compromete además a proporcionar fichas de datos de seguridad de materiales en todos los casos en que sea aplicable, así como cualquier declaración de materiales de producto solicitada por el Comprador. Cualquier cambio sustancial en la composición de los Productos estará sujeto a notificación previa y aprobación por parte del Comprador.

PRINCIPIO ESPERADO:

El Comprador espera que el Proveedor:

- Implemente un sistema de gestión medioambiental para medir y reducir los posibles efectos de su actividad sobre el medioambiente;
- Reduzca y gestione los residuos, las sustancias tóxicas/peligrosas y los embalajes a lo largo del ciclo de vida de sus Productos;
- Mida, publique y reduzca las emisiones de gases de efecto invernadero, incluidas las generadas durante el transporte y en las fases previas de la cadena de suministro;
- Conserve el agua, preserve los recursos naturales, proteja los ecosistemas y la calidad del aire y se esfuerce por mantener la biodiversidad;
- Desarrolle Productos y/o Servicios de alta calidad con bajo impacto medioambiental;
- Colabore con el Grupo dentro del marco de los análisis de ciclo de vida realizados por el Comprador.

2 – PRINCIPIOS BÁSICOS

2.3 – Protección del medioambiente

El Grupo Michelin concede la máxima importancia a la protección del medioambiente.
El Proveedor debe tener igualmente en cuenta la protección medioambiental en sus operaciones.

+ FOCUS

LA VIDA ÚTIL Y LA ECONOMÍA CIRCULAR



LA VIDA ÚTIL Y LA ECONOMÍA CIRCULAR:

En un mundo donde las materias primas son cada vez más escasas y la lucha contra el cambio climático es permanente, el impacto sobre los recursos naturales (energía, materiales, agua, etc.) se puede reducir a lo largo de la vida útil de los Productos y Servicios aplicando un enfoque de economía circular.

Nuestro enfoque consiste en activar simultáneamente cuatro palancas a lo largo de toda la vida útil de los Productos y Servicios, ofreciendo una combinación de soluciones para garantizar que los recursos se utilicen de manera más inteligente.

Esta es la estrategia de las 4R del Grupo Michelin:

Reducir - Reparando y reacondicionando y, en el caso del neumático, en aplicaciones en las que sea apropiado, recauchutando o reesculturando, por ejemplo, para reducir el uso de materias primas.

Reutilizar - Reparar y reacondicionar y, para los neumáticos, reesculturar y recauchutar, por ejemplo, para reducir el uso de materias primas.

Reciclar - Proyectos de recuperación y regeneración, uso de materiales básicos reciclados.

Renovar - Aumentar la proporción de materiales renovables empleados.

+ FOCUS

EU REACH

El Grupo Michelin ha adoptado los requisitos del Reglamento REACH como política de Grupo y por tanto todos los Proveedores deberán cumplirlos independientemente del lugar de entrega de los Productos. Cuando el Producto sea un «artículo» según la definición del Reglamento REACH, el Proveedor se compromete a informar al Comprador de cualquier presencia en el Producto o su embalaje de Sustancias Extremadamente Preocupantes (SEP) en concentraciones superiores al 0,1 % en peso por cada componente individual, tan pronto como dichas SEP se incluyan en la Lista de Sustancias Extremadamente Preocupantes Candidatas a Autorización. Para los Productos aplicables que se comercialicen en la UE, el Proveedor deberá proporcionar al Comprador los correspondientes Certificados SEP.

+ FOCUS

REGLAMENTO SOBRE DEFORESTACIÓN («EUDR»)

Además de cumplir con la Política de caucho natural sostenible contenida en este documento, el Proveedor deberá cumplir, de forma más general, con el Reglamento sobre deforestación de la Unión Europea («EUDR») respecto a todos los productos que ponga a disposición o exporte al mercado de la Unión Europea («UE»), o que puedan incorporarse a los productos del Comprador en dicho mercado. Los Proveedores pertinentes se comprometen así a proporcionar, a la primera solicitud del Comprador, toda la información que permita a este ejercer la debida diligencia, incluyendo, entre otros:

- el nombre y los datos de contacto del Proveedor y de las personas a quienes haya adquirido suministros;
- el país de producción del producto;
- la geolocalización de las parcelas en las que se hayan cultivado los componentes del producto;
- la fecha o el período de producción de los componentes o del propio producto;
- los documentos que acrediten el derecho de uso de la(s) parcela(s) en cuestión (teniendo en cuenta la presencia de poblaciones indígenas, sus consultas y posibles reclamaciones);
- los documentos que acrediten que la producción cumple con la legislación del país de producción (ej., documentos fiscales, documentos oficiales de autoridades públicas, acuerdos contractuales, resoluciones judiciales, análisis de impacto, resultados de auditorías, etc.);
- un certificado que acredite que los productos vendidos están «libres de deforestación»;
- un certificado que acredite que los productos se han fabricado conforme a la legislación aplicable del país de producción y a cualquier acuerdo que otorgue el derecho de uso de la zona en cuestión.

El Proveedor consiente la divulgación de dicha información para el cumplimiento del EUDR u otros requisitos legales por parte del Comprador. En caso de que el Proveedor no proporcione la información solicitada o la proporcione de forma parcial o errónea, el Comprador se reserva el derecho de adoptar todas las medidas necesarias para proteger sus derechos e intereses. Se reserva el derecho de reclamar una indemnización por cualquier perjuicio sufrido y de rescindir el contrato de compra por incumplimiento del Proveedor.

ÉTICA EMPRESARIAL

- 3.1 Buena fe
- 3.2 Competencia y conducta leal
- 3.3 Restricciones comerciales
- 3.4 Corrupción y tráfico de influencias
- 3.5 Conflictos de intereses
- 3.6 Fraude y ética financiera
- 3.7 Regalos e invitaciones
- 3.8 Confidencialidad
- 3.9 Protección de la propiedad intelectual (PI)
- 3.10 Datos personales
- 3.11 Personal del proveedor
- 3.12 Código de conducta
- 3.13 Línea ética

El Grupo Michelin concede la máxima importancia no solo al cumplimiento de las Leyes y Reglamentos, sino también a la ética y la integridad en la conducción de los negocios («Ética Empresarial»). El Proveedor debe cumplir con estos principios y, en particular, con los siguientes.

3 – ÉTICA EMPRESARIAL

3.1 – Buena fe

PRINCIPIO REQUERIDO:

Todos los Proveedores deberán negociar y formalizar los contratos de buena fe.

3.2 – Competencia y conducta leal

PRINCIPIO REQUERIDO:

El Proveedor se compromete a garantizar una competencia libre y leal y a aplicar prácticas comerciales justas con respecto a sus propios competidores y clientes. En el supuesto de prácticas contrarias a la libre competencia por parte de un Proveedor, el Comprador se reserva el derecho de adoptar las medidas necesarias y pertinentes, así como a obtener compensación por los daños sufridos. Asimismo, los Proveedores se comprometen a no adoptar un comportamiento abusivo en el supuesto de una posición de dominio respecto del Comprador y a no exigir recompensas injustificadas que creen un desequilibrio en la transacción.

PRINCIPIO ESPERADO:

El Proveedor debe tener implementado y actualizado un programa de cumplimiento de las normas sobre derecho de la competencia.

3 – ÉTICA EMPRESARIAL

3.3 – Restricciones comerciales

PRINCIPIO REQUERIDO:

El Proveedor deberá cumplir con lo establecido en el documento «Prescripción del Grupo Michelin: Restricciones Comerciales». El término «Restricciones Comerciales» hace referencia a las Leyes y Reglamentos aplicables relativas a (i) sanciones comerciales y económicas (lo que incluye embargos y listas de partes sancionadas) y/o (ii) controles a las exportaciones (reglamentos sobre bienes militares o productos de doble uso) aplicables a cualquier Producto y/o Servicio.

PRINCIPIO ESPERADO:

El Proveedor debe tener implementado y actualizado un programa de cumplimiento de las Restricciones Comerciales.

3 – ÉTICA EMPRESARIAL

3.4 – Corrupción y tráfico de influencias

PRINCIPIO REQUERIDO:

El Proveedor deberá aplicar una política de «tolerancia cero» en relación con la corrupción y el tráfico de influencias. En especial, el Proveedor se compromete a abstenerse de (1) ofrecer, prometer o dar intencionadamente, así como de (2) intentar y conspirar para ofrecer, prometer o dar cualquier ventaja injusta, ya sea monetaria o de cualquier otra naturaleza, de forma directa o indirecta a través de un intermediario, a un funcionario público o a cualquier relación profesional para ese funcionario público o privado o para un tercero, de tal modo que este último actúe o se abstenga de actuar en el cumplimiento de sus deberes, con vistas a obtener o retener una actividad u otra ventaja de forma indebida.

PRINCIPIO ESPERADO:

El Proveedor debe tener implementado y actualizado un programa de cumplimiento anticorrupción que sea adecuado para su situación específica y que sea capaz de detectar casos de corrupción, soborno y tráfico de influencias.

3 – ÉTICA EMPRESARIAL

3.5 – Conflictos de intereses

PRINCIPIO REQUERIDO:

El Proveedor debe negarse a tomar parte en cualquier práctica que pudiera ser considerada un conflicto de intereses. El Proveedor debe notificar al Comprador cualquier situación de conflicto de intereses que pueda existir con el Personal del Comprador, en el contexto de la transacción prevista o actual.

PRINCIPIO ESPERADO:

El Proveedor debe tener implementadas y actualizadas normas específicas para identificar y gestionar conflictos de intereses.

3 – ÉTICA EMPRESARIAL

3.6 – Fraude y ética financiera

PRINCIPIO REQUERIDO:

El Proveedor debe aplicar una política de «tolerancia cero» respecto de intentos de fraude y fraude, ya sea presunto o probado. En especial, el Proveedor se compromete a abstenerse de (1) crear, permitir la creación o participar en la creación, ya sea de forma deliberada o negligente, de una organización o un esquema con un fin, una vocación o un efecto fraudulento y de (2) intentar hacerlo o de conspirar para hacerlo. Los Proveedores se comprometen a informar al Comprador a través de un medio apropiado, incluida la Línea Ética facilitada por el Grupo Michelin, sobre cualquier fraude, sospecha de fraude o intento de fraude del que tengan conocimiento.

El Proveedor mantendrá registros financieros precisos y completos relacionados con la relación de compra y suministro. Asimismo, el Proveedor se compromete a proporcionar informes financieros exactos y completos y a aplicar políticas y procedimientos para evitar prácticas poco éticas como el uso de información privilegiada o la corrupción.

PRINCIPIO ESPERADO:

El Proveedor debe tener implementado y actualizado un programa antifraude (que aborde tanto el fraude interno como externo) que sea adecuado para su situación específica y que sea capaz de detectar, prevenir y gestionar el fraude.

3 – ÉTICA EMPRESARIAL

3.7 – Regalos e invitaciones

PRINCIPIO REQUERIDO:

En relación con los regalos y las invitaciones, el Proveedor debe abstenerse de cualquier práctica que incumpla las Leyes y Reglamentos aplicables. Asimismo, el Proveedor debe abstenerse de cualquier práctica destinada a beneficiar directa o indirectamente Personal del Comprador o a intentar influir en el juicio del Personal del Comprador o a obtener una ventaja indebida. En especial, todo regalo o invitación debe cumplir con los siguientes criterios acumulativos: debe estar autorizado de conformidad con las Leyes y Reglamentos locales aplicables, no debe haber sido solicitado por el beneficiario, no debe tener por objetivo proporcionar una consideración o ventaja indebida ni debe tener por objetivo influir en una decisión ni coincidir con una toma de decisiones estratégicas; el beneficiario no deberá ejercer sus facultades discrecionales ni actualmente ni en el futuro, en la toma de decisiones que afecten a los intereses del Comprador; debe ser algo aislado en el ámbito de la actividad, no debiendo ocasionar incomodidad si se revela en el seno de la empresa o públicamente, debe ser estrictamente profesional por naturaleza y se debe consignar en un registro.

A modo de ejemplo:

Durante un proceso de licitación, queda prohibido que un Proveedor ofrezca a ninguno de sus contactos del Personal del Comprador un regalo o una invitación que pudiera influir en su juicio durante el proceso de selección. Durante la vigencia de la relación comercial, queda prohibido que un Proveedor invite a su(s) contacto(s) del Personal del Comprador, así como a sus familiares, a una comida en un restaurante de lujo. Queda prohibido que un Proveedor ofrezca a su(s) contacto(s) del Personal del Comprador un regalo en forma de dinero o vales.

No obstante, el Proveedor está autorizado a proporcionar regalos corporativos con un valor bajo razonable y con el logotipo del Proveedor o publicidad equivalente (ejemplos: mochilas, bolsas de deporte, fundas para ordenador).

PRINCIPIO ESPERADO:

El Comprador espera que el Proveedor tenga una política en materia de regalos e invitaciones que establezca normas aplicables a los regalos ofrecidos y recibidos.

3 – ÉTICA EMPRESARIAL

3.8 – Confidencialidad

PRINCIPIO REQUERIDO:

Adicionalmente a las obligaciones legales relativas a la protección del secreto profesional, el Proveedor debe cumplir no solo con la confidencialidad de la información facilitada por el Comprador, lo que incluye las convocatorias de licitación, sino también con la confidencialidad del resultado en términos de los Productos y/o Servicios suministrados. El Proveedor debe abstenerse de usar la información confidencial del Comprador para fines distintos de los acordados en relación con el suministro estricto de Productos y/o Servicios al Comprador.

PRINCIPIO ESPERADO:

El Proveedor ha implementado y mantiene un programa con medidas apropiadas para prevenir cualquier incumplimiento de sus obligaciones de confidencialidad con sus clientes, incluido el Comprador.

3 – ÉTICA EMPRESARIAL

3.9 – Protección de la propiedad intelectual (PI)

PRINCIPIO REQUERIDO:

Además del cumplimiento de las Leyes y Reglamentos en materia de derechos de la propiedad intelectual (PI) en general:

- El Proveedor debe abstenerse de violar (o intentar violar) los derechos de PI del Comprador.
- El Proveedor debe abstenerse de suministrar a sabiendas al Comprador Productos o Servicios que infrinjan derechos de PI de terceros.
- El Proveedor deberá desarrollar, implementar y mantener métodos y procedimientos eficaces para evitar la incorporación o el uso de materiales o productos falsificados y para identificar, informar y aislar los Productos falsificados si se detectan.
- En el supuesto de que un Proveedor reciba una demanda de un tercero alegando la violación de determinados derechos de PI que podrían tener un impacto en las actividades del Comprador, el Proveedor deberá notificarlo inmediatamente al Comprador para que pueda adoptar las medidas necesarias para evitar poner en peligro la continuidad de sus operaciones, y el Proveedor deberá cooperar con el Comprador.

PRINCIPIO ESPERADO:

El Comprador espera que el Proveedor tenga un proceso que establezca las normas aplicables al desarrollo de Productos y/o Servicios, lo que incluye, en especial, verificar y cumplir con la política de PI de terceros.

3 – ÉTICA EMPRESARIAL

3.10 – Datos personales

PRINCIPIO REQUERIDO:

Además del cumplimiento de las Leyes y los Reglamentos relativos a la protección de los datos personales, los Proveedores deben, como mínimo, actuar solo en base a las instrucciones del Comprador al tratar datos personales en nombre del Comprador, tratar los datos únicamente para prestar el servicio acordado, garantizar —a través de medidas organizativas y técnicas— la seguridad de los datos que les sean confiados, proporcionar al Comprador de forma transparente una descripción de las operaciones realizadas con los datos personales (qué, por qué, quién y dónde), ayudar al Comprador en el cumplimiento de sus obligaciones y recurrir únicamente a subcontratistas autorizados por el Comprador que ofrezcan las mismas garantías en materia de protección de datos que el Comprador.

PRINCIPIO ESPERADO:

El Comprador se compromete a proteger los datos personales y, además de las demás Leyes y Reglamentos aplicables en materia de privacidad, promueve el cumplimiento de los principios del Reglamento General de Protección de Datos (RGPD), incluso más allá de su ámbito geográfico inmediato. El Comprador espera por tanto que todos los Proveedores se comprometan igualmente a cumplir con dichos principios.

3 – ÉTICA EMPRESARIAL

3.11 – Personal del proveedor

PRINCIPIO REQUERIDO:

Como parte del cumplimiento de las Leyes y Reglamentos relativos al empleo de personas físicas, el Proveedor deberá cumplir con lo establecido en el documento «Prescripción del Grupo Michelin: Personal».

3.12 – Código de conducta

PRINCIPIO ESPERADO:

Además del cumplimiento de las Leyes y Reglamentos y los puntos arriba detallados, se espera que el Proveedor defina su propio código de conducta, que deberá ser adecuado para su situación específica, fomentando una cultura de integración, y que implemente medidas de detección, prevención y monitorización, tales como comunicación, formación, directrices éticas, control interno, medidas disciplinarias, etc.

3.13 – Línea ética

Hay disponible una Línea Ética no solo para el Personal del Grupo Michelin, sino también para el Personal de los Proveedores. Dicha línea se puede usar para notificar posibles infracciones de Leyes y Reglamentos aplicables y/o del Código Ético y del Código de Conducta Anticorrupción del Grupo Michelin. Cualquiera puede enviar una denuncia, de forma anónima si así se prefiere.

Las denuncias se pueden enviar [en línea aquí](#)

(Las denuncias también se pueden realizar por teléfono. Haga clic en el enlace anterior para consultar instrucciones sobre cómo marcar el número correspondiente a su país).

Consulte también el Procedimiento de denuncia de irregularidades del Grupo, disponible para todos los empleados y colaboradores externos, que describe cómo el Grupo Michelin recopila y trata las alertas éticas. Se puede acceder a este procedimiento en el sitio web www.michelin.com en la siguiente página: Nuestro propósito y nuestros valores nos comprometen | Michelin



PARA OBTENER MÁS INFORMACIÓN:
CÓDIGO ÉTICO DE MICHELIN
CÓDIGO DE CONDUCTA ANTICORRUPCIÓN



TRABAJAR JUNTOS

4.1 Antes de seleccionar proveedores

4.2 Calidad y Seguridad

4.2.1 Política de calidad

4.2.2 Seguridad de la información

4.3 Avanzar juntos de forma sostenible

4.3.1 Evaluación CSR de Proveedores

4.3.2 Gestión de la relación con el Proveedor

4.4 Mediación

4 – TRABAJAR JUNTOS

4.1 – Antes de seleccionar proveedores

Dentro del Grupo Michelin, seguimos un proceso estructurado para evaluar el potencial de un Proveedor y su capacidad de satisfacer las necesidades del Comprador, lo que incluye, principalmente, los requisitos comerciales, técnicos, de calidad, cantidad, plazos de entrega y desarrollo sostenible del Comprador.

Para ser preseleccionado, un Proveedor debe aceptar lo siguiente:

PRINCIPIO REQUERIDO:

Contestar y cumplimentar el cuestionario de evaluación preliminar cuando se envíe al Proveedor.

PRINCIPIO REQUERIDO:

Cumplir los presentes Principios de Compras de Michelin, incluidos los principios Requeridos detallados y los documentos mencionados o citados en este documento.

PRINCIPIO REQUERIDO:

Informar al Comprador antes de introducir cualquier cambio en los procesos de fabricación, el sistema de calidad, la subcontratación, la estructura, etc. del Proveedor, siempre que tal cambio pueda tener un impacto en el Comprador y, en particular, un impacto en el rendimiento de los Productos y/o Servicios suministrados por el Proveedor.

Si el Proveedor suministra Materias Primas

PRINCIPIO REQUERIDO:

Estar certificado según ISO 9001

PRINCIPIO ESPERADO:

Las certificaciones ISO 14001, ISO 9001 e IATF 16949 pueden aportar una ventaja a cualquier Proveedor.

A modo de ejemplo, esta fase normalmente incluye lo siguiente:

- Una evaluación preliminar a través de un cuestionario que permite al Comprador evaluar la situación económica y financiera del Proveedor, su enfoque de calidad, su capacidad industrial y su capacidad de satisfacer nuestras especificaciones, así como su compromiso y enfoque respecto del desarrollo sostenible.
- Una visita o auditoría de uno o más de los emplazamientos del Proveedor.
- Una prueba en un emplazamiento del Grupo Michelin.
- Etc.

4 – TRABAJAR JUNTOS

4.2 – Calidad y seguridad

4.2.1 – Política de calidad

**NOS COMPROMETEMOS A
«MEJORAR LA MOVILIDAD DE LAS PERSONAS
Y LAS MERCANCÍAS, AFRONTANDO UNAS
EXIGENCIAS MUY ELEVADAS EN CUANTO
A CALIDAD Y SEGURIDAD.»**



Para que el Comprador pueda mantener la calidad de sus Productos y/o Servicios, es fundamental que los Productos y/o Servicios adquiridos por el Comprador posean una calidad máxima. Todos los Proveedores deben garantizar que los Productos y Servicios suministrados, sea cual sea su origen o destino, cumplan los requisitos acordados contractualmente.

JUNTOS, debemos establecer los medios necesarios para obtener y garantizar esta calidad, al tiempo que mantenemos un énfasis constante en el control de los costes.

El COMPRADOR y sus PROVEEDORES deben trabajar juntos para avanzar en esta dirección.

El proceso de **Control de Calidad de Proveedores** detalla cómo el Grupo Michelin tiene la intención de aplicar las directrices de su política de calidad a sus relaciones con los Proveedores y a la gestión de calidad de los Productos y Servicios adquiridos.

Dicho proceso, que todos los Proveedores deben cumplir, está detallado en los siguientes documentos disponibles en el sitio web de Compras de Michelin:

4 – TRABAJAR JUNTOS

4.2 – Calidad y seguridad

4.2.2 – Seguridad de la información

Concedemos gran importancia no solo al cumplimiento de las Leyes y los Reglamentos aplicables, sino también a la protección de los sistemas de información y los datos (incluidos los datos de terceros que pueda tener la oportunidad de tratar). Los siguientes requisitos y expectativas se aplican a cualquier Proveedor que preste al Comprador alguno de los siguientes servicios, ya sea como servicio principal y/o secundario: (1) tratamiento de datos mediante un sistema de tecnologías de la información; entendiéndose el tratamiento en el sentido más amplio, que incluye, entre otros: acceso, creación, recopilación, adquisición, compilación, agregación, generación, extracción y archivo de datos; y/o (2) desarrollo, integración, alojamiento y/o mantenimiento de cualquier solución de tecnologías de la información (o digital o equivalente).

PRINCIPIO REQUERIDO:

El Proveedor debe implementar y actualizar de forma continua garantías organizativas y técnicas actuales para adaptarse a las amenazas rápidamente cambiantes y a las nuevas vulnerabilidades identificadas. El Proveedor debe notificar inmediatamente al Comprador (i) cualquier incidencia de seguridad de la información de la que tenga conocimiento y/o (ii) antes de realizar cualquier cambio en la ubicación de los datos, las operaciones de subcontratación o la aplicación de tales garantías, de tal modo que el Comprador pueda adoptar las medidas pertinentes. El Proveedor debe ofrecer medidas aceptables de reversibilidad y/o supresión de datos aplicables en cualquier caso de finalización del contrato, ya sea por expiración o rescisión. El Proveedor también debe cumplir con las cartas de usuario y las políticas de seguridad aplicables cuando utilice sistemas de información del Comprador. El Comprador se reserva el derecho de suspender o revocar cualquier acceso a sus sistemas de información por motivos de seguridad o de uso indebido.

PRINCIPIO ESPERADO:

Asimismo, se espera que el Proveedor haga lo siguiente:
Elaborar, actualizar y publicar una política de seguridad de la información.
Cumplir con las auditorías de su política de seguridad de la información y/o publicar periódicamente los resultados de auditorías externas que haya podido encargar.
Autorizar al Comprador a llevar a cabo exploraciones de vulnerabilidad y/o pruebas de penetración a petición, ya sea de forma directa o indirecta, y mantener al Comprador informado sobre los resultados. Comprometerse a gestionar rápidamente las incidencias de disponibilidad, vulnerabilidad o seguridad del servicio.
Garantizar un nivel de soporte adecuado y compartir información para gestionar las incidencias de seguridad. Estar al día a nivel de certificaciones, por ejemplo, ISO 27001, e informar al respecto y sobre cualquier certificación nueva.

4 – TRABAJAR JUNTOS

4.3 – Avanzar juntos de forma sostenible

En nuestras operaciones diarias, nos proponemos trabajar con Proveedores que satisfagan nuestros requisitos de calidad, fiabilidad y costes y que estén comprometidos con la mejora continua al tiempo que respetan a las personas y protegen el medioambiente.

4.3.1 – Evaluación CSR de Proveedores

El Grupo Michelin monitoriza y gestiona con rigurosidad su rendimiento global en relación con la compra responsable y publica los indicadores CSR resultantes.

PRINCIPIO REQUERIDO:

El Proveedor debe llevar a cabo las evaluaciones CSR requeridas e implementar los planes de medidas correctoras requeridas. Además, el Proveedor autoriza al Comprador o a los proveedores de servicios designados por el Comprador a llevar a cabo auditorías in situ.

PRINCIPIO ESPERADO:

Se invita al Proveedor a establecer objetivos cuantificables por sí mismo en relación con su rendimiento en materia de CSR y a elaborar planes de mejora en este ámbito.

+ FOCO
EVALUACIÓN
DE PROVEEDORES

EVALUACIÓN DE PROVEEDORES

Nuestro enfoque: desde 2012, hemos estado evaluando el rendimiento en materia de CSR de determinados Proveedores clave. Además de las auditorías de calidad, medimos el nivel de madurez en materia de CSR de estos Proveedores, con la ayuda de una agencia de calificación. Dicha evaluación se realiza en forma de un cuestionario en línea cumplimentado por el Proveedor. El análisis de puntos fuertes y puntos débiles en los ámbitos medioambiental, social y ético —lo que incluye, entre otros, el deber de diligencia y el cumplimiento de las medidas anticorrupción y del tráfico de influencias— puede, de ser necesario, traducirse en la elaboración de planes de acción o la realización de una auditoría in situ más específica, en función de la criticidad.

4 – TRABAJAR JUNTOS

4.3 – Avanzar juntos de forma sostenible

4.3.2 – Gestión de la relación con el Proveedor

ESTAMOS COMPROMETIDOS CON EL ENFOQUE SRM (SUPPLIER RELATIONSHIP MANAGEMENT, GESTIÓN DE RELACIONES CON LOS PROVEEDORES) CON NUESTROS PROVEEDORES.



Basándose en una colaboración activa, transparente y de alta calidad, el objetivo en este ámbito es trabajar conjuntamente para establecer una relación competitiva y responsable que cree valor para todas las partes implicadas.

Para lograrlo, los Proveedores se dividen en cuatro categorías para gestionar esta relación de la forma más eficiente posible.

Categoría 1: Establecer una relación estratégica real basada en proyectos de innovación y/o asociación.

Categoría 2: Desarrollar la relación comercial para lograr una ventaja competitiva que beneficie a ambas partes.

Categoría 3: Optimizar la relación actual basándose en mejoras continuas.

Categoría 4: Implementar una relación comercial acorde con los compromisos acordados.

4 – TRABAJAR JUNTOS

4.4 – Mediación



Si un Proveedor no obtiene una respuesta satisfactoria del Comprador tras el intercambio inicial de opiniones, puede recurrir al mediador para las relaciones proveedor-cliente para que le ayude a resolver el problema rápidamente en un proceso cooperativo.

El mediador únicamente se involucra después de que el proveedor haya intentado resolver el problema con sus contactos habituales dentro de la empresa cocontratista del Comprador, por ejemplo, el agente de compras al cargo de una oferta, el centro de pagos o el gestor de contratos. El mediador no considerará aquellas solicitudes que no se ciñan a este principio. Para iniciar el proceso de mediación, el Proveedor debe enviar su archivo de mediación a través de la sección «
» en el sitio web de Compras.

Si no se halla una solución con la ayuda del mediador interno, las partes se comprometen a usar los servicios de un mediador externo convencional.

APLICACIÓN DE LOS PRINCIPIOS FUNDAMENTALES DEL CAUCHO NATURAL



DISPOSICIÓN ESPECÍFICA PARA PROVEEDORES DE CAUCHO NATURAL:

El caucho natural tiene un considerable impacto medioambiental y social. Por este motivo, requiere su propio enfoque específico.

Escrita en colaboración con todas sus partes interesadas, en especial ONG especializadas en la protección del medioambiente y los derechos humanos, la Política de Caucho Natural Sostenible (SNR), que se adjunta al presente documento, constituye un requisito contractual para todos los Proveedores de caucho natural y de productos o componentes de caucho, incluidos, entre otros, los proveedores de neumáticos off-take.

CONCLUSIÓN

El cumplimiento de los Principios de Compras de Michelin constituye la base de las relaciones de confianza fundamentales entre cualquier empresa del Grupo Michelin y cada uno de sus Proveedores en todo el mundo. Estas relaciones, apoyadas en el enfoque de SRM del Grupo, son el motor de creación de valor para las entidades del Grupo Michelin y sus Proveedores.

NOTA: Los Principios de Compras de Michelin, a partir de su fecha de publicación, se actualizan periódicamente y están disponibles en línea en 19 idiomas aquí:

<https://purchasing.michelin.com/en/purchasing-principles/>

DEFINICIONES

Además de cualquier otra definición proporcionada en este documento, las siguientes palabras que comienzan con mayúscula se definen a continuación:

Control común (y sus derivados):

se dice que dos entidades jurídicas están bajo control común cuando una entidad jurídica única las controla a ambas.

P. ej. o p. ej.

abreviatura de «por ejemplo»; cuando se utilicen «p. ej.», «ejemplo» u otros términos ilustrativos similares, la información que sigue se proporciona a título de ejemplo y no constituye en modo alguno una lista restrictiva o limitativa.

Control (y sus derivados)

se considera que una entidad jurídica controla a otra cuando, de forma directa o indirecta:

- determina las decisiones tomadas en la Asamblea General de dicha entidad (debido al capital o a los derechos de voto que ostenta);
o
- tiene el poder para nombrar o destituir a una mayoría del equipo directivo de tal entidad.

Grupo o Grupo Michelin

todas las entidades jurídicas controladas por Compagnie Générale des Etablissements Michelin.

CSR

Corporate Social Responsibility o Responsabilidad Social Corporativa.

Ley(es) y Reglamento(s)

toda norma que deban cumplir las personas, ya sea una ley, una legislación, un reglamento u otras regulaciones, un tratado estándar, convencional o internacional, así como los Grandes Principios Internacionales que Michelin se haya comprometido a cumplir (según lo especificado en el presente documento).

Deber de diligencia

las obligaciones, según lo definido por las Leyes y Reglamentos, aplicables a determinadas empresas matrices y empresas principales/subcontratistas en relación con el deber de diligencia respecto de los derechos humanos y las libertades fundamentales, la salud y la seguridad, así como el medioambiente, que se deriven de⁽ⁱ⁾ actividades de la propia empresa, las actividades de empresas que Controlan y/o⁽ⁱⁱ⁾ las actividades de subcontratistas y proveedores con quienes tengan una relación comercial establecida.

Personal del Comprador

cualquier persona que trabaje para el Comprador, lo que incluye, entre otros, empleados a tiempo completo o parcial, empleados temporales, aprendices, gestores, administradores, directivos o terceros que actúen contractualmente en nombre del Comprador, ya sea en virtud de un contrato de mandato, un encargo u otros.

DEFINICIONES

Además de cualquier otra definición proporcionada en este documento, las siguientes palabras que comienzan con mayúscula se definen a continuación:

Producto

todos los activos materiales o parte de los mismos: equipos, componentes, materiales, incluidas materias primas.

Servicio

todos los servicios físicos y/o intelectuales y/o activos inmateriales, o parte de los mismos.

Proveedor

cualquier entidad jurídica que suministre productos y/o preste servicios al Comprador o que desee o tenga la intención de hacerlo, lo que incluye, a menos que se mencione explícitamente en los Principios de Compras de Michelin, toda su Cadena de Suministro y el Personal del Proveedor implicado en cualquier producto y/o servicio.

Personal del Proveedor

cualquier persona que trabaje para un proveedor, ya sea con un contrato laboral, un contrato de servicios u otros, lo que incluye, entre otros, empleados a tiempo completo o parcial, empleados temporales, aprendices, contratistas, consultores, agentes, gestores, administradores o directivos.

Cadena de Suministro

la cadena de entidades jurídicas que incluye a proveedores y/o subcontratistas internos o externos de su propia entidad jurídica u organización de control, así como a los proveedores o subcontratistas de dichas entidades, implicada en el suministro de todos los productos y/o servicios o parte de los mismos al Comprador.



MICHELIN - DEPARTAMENTO DEL GRUPO DE COMPRAS

23, place des Carmes-Déchaux — 63040 Clermont-Ferrand Cedex 9 — Francia - www.michelin.com -

Diseño y producción: All Contents - 24110303 - Autor: Michelin - Confidencial: / - Publicado: 06/2025 - Conservación: WA+3

Las copias impresas de este documento no están controladas.