

LOS FUNDAMENTOS

CÓDIGO DE CONDUCTA ANTICORRUPCIÓN

OBJETIVO

El Código de conducta Anticorrupción de Michelin se basa en la DECLARACIÓN RESULTADO y RESPONSABILIDAD MICHELIN (PRM) así como en el CÓDIGO de ÉTICA de MICHELIN. Debe leerse y entenderse en relación con la Declaración PRM, el Código de ética y todas las políticas y directivas sobre comportamiento que puedan publicar las entidades correspondientes. La Directiva del Grupo sobre el proceso de gestión de contratos completa y aclara este Código.

PERÍMETRO

Esta Directiva se aplicará como muy tarde el 1 de enero de 2016 a todos los empleados y representantes (tal como se define en el capítulo 3) de todas las empresas del Grupo Michelin.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	04
Importancia de este código de conducta	04
Cómo se utiliza este código de conducta:	05
RECHAZO DE SOBORNOS Y COMISIONES ILÍCITAS	07
UTILIZACIÓN AUTORIZADA DE REPRESENTANTES	09
NEGATIVA A HACER PAGOS DE FAVORES O INCENTIVOS	11
CONTRIBUCIONES A ORGANIZACIONES BENÉFICAS Y PARTIDOS POLÍTICOS	12
HONESTIDAD Y TRANSPARENCIA CON LOS OBSEQUIOS Y LAS INVITACIONES	14
RECOMENDACIONES DE BUENAS PRÁCTICAS	17

The image features a vibrant purple background with large, bold, black abstract shapes that resemble stylized human forms or limbs. A white rectangular box is positioned in the center, containing the word "INTRODUCCIÓN" in a bold, black, sans-serif font. To the left of the white box, there is a vertical decorative element consisting of a series of parallel lines in black and purple, creating a textured effect.

INTRODUCCIÓN

DEFINICIÓN

La corrupción debe entenderse como el hecho de:

- ▶ Intentar convencer a las personas para que utilicen de forma fraudulenta sus cargos y atribuciones de funcionarios públicos (electos o no), o de utilizarlos uno mismo de esa forma para conseguir un beneficio privado o personal (corrupción de funcionarios o pública). A efectos de clarificación, «beneficio privado» significa una ganancia que beneficia a una compañía o empresa, mientras que el «beneficio personal» significa una ganancia que beneficie a una o varias personas.
- ▶ Utilizar de forma fraudulenta las relaciones profesionales para conseguir una ventaja privada o personal (corrupción en los negocios o profesional). La corrupción puede darse en muchas actividades. Una acción es corrupta si se emprende o acepta con la intención de utilizar de manera fraudulenta la responsabilidad que le ha sido confiada.

La entrega, el ofrecimiento y la petición de sobornos son formas de corrupción. La participación en cualquier plan de pagos ilegales es corrupción. Michelin rechaza cualquier forma de corrupción, tanto si están implicados sus empleados como sus representantes (es decir, terceros que actúan en nombre y por cuenta de Michelin). Los empleados y representantes de Michelin deben abstenerse de cualquier práctica que pueda considerarse razonablemente como una forma de corrupción.

Michelin no tolera ninguna forma de corrupción.

Este Código de conducta profesional («Código de conducta») presenta las prácticas específicas que permiten identificar los comportamientos aceptables y aquellos que no lo son, así como recordar que corresponde a los managers la responsabilidad de que sus colaboradores respeten dicho Código.

Importancia de este código de conducta

La Declaración PRM y el Código de Ética se basan en los cinco valores fundamentales de Michelin:

- ➔ respeto a los clientes
- ➔ respeto a las personas
- ➔ respeto a los accionistas
- ➔ respeto al medio ambiente
- ➔ respeto a los hechos

El respeto de estos valores fundamentales pasa por el ejercicio permanente de la integridad personal. Solo así, y cuidando que nuestros compañeros compartan las mismas ideas, podremos establecer relaciones de confianza tanto dentro como fuera del Grupo. La corrupción destruye la confianza y, sin confianza, nuestros valores fundamentales no pueden respetarse.

Este Código de conducta también es importante porque es un reflejo de la ley. La corrupción pública es ilegal en todo el mundo. Los comportamientos prohibidos a tenor de este Código de conducta no son exclusivamente formas de corrupción, sino que la mayoría son además infracciones y/o delitos. El Grupo podría sufrir enormes pérdidas económicas, lucro cesante y la pérdida de futuros negocios por el comportamiento de uno o varios de sus empleados o representantes. Por su parte, los empleados se exponen a pérdidas económicas personales por las sanciones y a penas de prisión por infringir la legislación anticorrupción.

El derecho local de cada país puede ser más estricto que este Código de conducta. En ese caso, las leyes del país prevalecerán, y este Código se ajustará a las mismas. Cada uno es responsable, junto con la Dirección Jurídica de su país, de comprender bien el alcance de tales excepciones.

El descubrimiento de un caso de corrupción podría repercutir de forma muy negativa en las operaciones del Grupo, llevando al cese de las actividades y a la depreciación de sus activos. Los resultados económicos y la cotización de las acciones también podrían verse afectados negativamente. Esto puede traducirse en acusaciones de fraude financiero y bursátil. También en este caso podrían derivarse acciones judiciales, tanto en el ámbito civil como en el penal, con las correspondientes multas y penas de prisión, pudiendo ser en ambos casos muy elevadas.

Por último, el incumplimiento de este Código de conducta podría traducirse en sanciones disciplinarias que podrían llegar al despido por falta muy grave.

Cómo se utiliza este código de conducta

Este Código de conducta es una Directiva del Grupo publicada por la DGD para ayudarle a (1) adoptar prácticas profesionales adecuadas, (2) reconocer las prácticas profesionales corruptas, y (3) determinar qué actitud adoptar ante los problemas éticos que surjan en su trabajo. En él encontrará informaciones prácticas que le orientarán sobre el comportamiento que hay que seguir para estar seguro de la ética de sus decisiones. Este Código no abarca todos los problemas que puede encontrarse ni todas las decisiones que tendrá que tomar como empleado de Michelin. Su objeto es proporcionar orientaciones claras sobre aspectos fundamentales para que pueda tomar decisiones mejor fundamentadas cuando esté en juego su integridad profesional, con independencia del tipo de decisión.

Le rogamos que lea con atención este Código y que lo comente con su manager y sus compañeros. No dude en comunicarnos sus dudas y problemas de comprensión, en caso de tenerlos. Tal como se ha dicho anteriormente, este Código es una guía práctica que se basa en los principios enunciados en la **Declaración Resultado y Responsabilidad Michelin (PRM)** así como en el **Código de Ética de Michelin**. Es perfectamente coherente con dichos documentos. Puede consultarlo junto al **Código de Ética de Michelin**.

➤ ***Todos los managers deben supervisar la aplicación de este Código como parte de sus responsabilidades habituales, de acuerdo con la guía del manager; hace referencia a las dimensiones de liderazgo, management y resultado, así como al desarrollo de las personas.***

Los managers de Michelin deben garantizar que la corrupción: (1) es disuadida gracias a una formación eficaz; (2) se detecta gracias a prácticas de gestión diligente y a controles eficaces; (3) se denuncia a las autoridades competentes; y (4) se afronta rápidamente a través de medidas disciplinarias y las publicaciones que exige la legislación aplicable.

La infracción de este Código de conducta o las prácticas negligentes de los managers que razonablemente puedan conducir a su infracción son acontecimientos que exponen al empleado y al manager a posibles medidas disciplinarias que pueden llegar al despido por falta muy grave. Dichas medidas disciplinarias deben ser conformes a las políticas disciplinarias del Grupo.

Michelin no tolera ninguna forma de acoso, discriminación, ni de represalias contra un empleado que comunique su preocupación o que actúe de buena fe de acuerdo con este Código de conducta.

RECHAZO DE SOBORNOS Y COMISIONES ILÍCITAS

La **corrupción por soborno** consiste en ofrecer o aceptar cualquier cosa de valor con la intención de influir en una decisión profesional para obtener o conservar una ventaja comercial ilegítima. Un soborno puede identificarse por el carácter poco razonable o desproporcionado del valor de la cosa ofrecida o aceptada. La corrupción puede ser de funcionarios o en los negocios.

Las **comisiones ilícitas** consisten en devolver o reembolsar sumas ya abonadas a cambio de la adjudicación de un contrato o de una promesa de adjudicación en el futuro.

➤ ***Está estrictamente prohibido dar o recibir sobornos o plantearlos. A los representantes les está estrictamente prohibido dar o recibir sobornos o plantearlos. Asimismo, está estrictamente prohibido dar, recibir o intentar dar o recibir cualquier pago, ventaja o regalo que pudiera considerarse razonablemente un soborno.***

➤ ***Está estrictamente prohibido dar comisiones ilícitas o participar en cualquier programa de pagos ilícitos, directamente o a través de los representantes. Las comisiones ilícitas son, por definición, sobornos.***

Corresponde a los empleados comprender y aplicar correctamente las leyes correspondientes de cada país donde desarrollen sus actividades (o tengan competencias) y actuar de acuerdo con este Código de conducta.



NINGUNO DE LOS ELEMENTOS SIGUIENTES ESTÁ AUTORIZADO

Se está evaluando la concesión de un permiso para construir una ampliación importante y un manager regala al funcionario encargado del expediente un reloj nuevo para «acelerar» el proceso.

Un manager administrativo ofrece un solar a un precio reducido a un magistrado que tiene que decidir una cuestión importante para el Grupo.

Un comercial ofrece dinero en efectivo, fuera de un programa autorizado, al manager de un distribuidor para asegurarse de que los productos de un competidor «no se entreguen nunca».

Un manager regala un automóvil para uso privado al funcionario público que tiene que tomar la decisión sobre un asunto presentado al gobierno para asegurarse un resultado más favorable.

Un comercial ofrece dinero en efectivo, para su cuenta personal, al comprador de un cliente para asegurarse una venta.

El comprador de un cliente reclama un pago en efectivo para su cuenta personal para firmar una venta, y (1) el comercial accede a esta petición o (2) el agente comercial de la empresa accede a esta petición.



ORIENTACIONES

El Grupo no tolera ningún acto de corrupción mediante soborno y espera que el management colabore con la Dirección Jurídica para determinar las responsabilidades pertinentes en caso de sospechar la existencia de este tipo de actos.

Cualquier empleado o representante del Grupo que ofrezca o acepte un soborno se expone al riesgo de detención, sanciones y penas de prisión. Además, expone al Grupo al riesgo de acciones penales, sanciones, prohibiciones y otras consecuencias nefastas.

No tome ninguna medida al menos que haya comprendido bien los hechos y tenga la certeza de que la situación no conlleva ningún riesgo de acusación de corrupción por soborno.

Muestre prudencia durante cualquier transacción. ¿Tiene sentido el flujo de dinero y de productos? En caso negativo, absténgase de actuar, tómese el tiempo de reflexionar y haga las preguntas que necesite.

No entregue nunca dinero en efectivo a un funcionario público, al menos que dicha suma sea para pagar derechos específicos, publicados y que se obtengan a cambio de un recibo por escrito donde se indique específicamente a qué va destinado.

No ofrezca nunca regalos ni ventajas que tengan un cierto valor monetario a un funcionario público para su uso personal, como poner a su disposición un vehículo de alquiler durante un fin de semana, una casa de vacaciones, o un viaje.

No ofrezca jamás un pago en efectivo, ni un bien o la utilización del mismo para uso personal, a un representante de un cliente para influir en la adjudicación de un contrato y no pague jamás comisiones ilícitas.

Sea consciente de la dimensión que cobran sus acciones a los ojos de los demás. El regalo que piensa hacer quizás sea un gesto normal en una relación, pero puede dar la impresión –y percibirse– como una propuesta de soborno.

Pregúntese siempre: «¿Estaría orgulloso de mis actos si fueran del dominio público?». Si la respuesta es «no», no siga adelante.

Informe siempre de una petición de comisiones ilícitas a la línea ética, a la Dirección Jurídica o a la Dirección de Seguridad.

Para más información sobre lo que puede considerarse un regalo razonable, puede leer el capítulo 6 (Honestidad y transparencia con obsequios e invitaciones) de este Código de conducta.

UTILIZACIÓN AUTORIZADA DE REPRESENTANTES

Los **representantes** son personas o empresas contratadas por los empleados de Michelin para representar al Grupo y facilitar o realizar actividades en su nombre. Los representantes pueden contratarse para actividades como la venta de productos por cuenta de Michelin, el despacho aduanero de los productos, la obtención de los documentos necesarios para la inmigración, la obtención de permisos de explotación así como para representar a Michelin en determinadas transacciones. Por lo general, los vendedores o los concesionarios que compran productos para revenderlos por su cuenta no se consideran representantes en este contexto.

No es aconsejable la utilización de representantes para realizar tareas como transacciones comerciales o el despacho aduanero de productos, pero se autoriza siempre que dichos representantes respeten este Código de conducta.

Los representantes deben recibir una remuneración acorde con las misiones específicas para las que han sido contratados por el Grupo. No es aconsejable una remuneración variable vinculada a los resultados.

Cualquier representante al que se le ofrezca una remuneración variable debe someterse a una entrevista o auditoría anual para garantizar que respeta este Código de conducta.

➡ ***La Entidad que haya contratado a dicho representante tiene la obligación de realizar la entrevista o auditoría anual.***

En todos los casos corresponde a la Entidad Michelin, así como a los empleados y managers afectados, asegurarse que todos los representantes contratados estén (i) vinculados y (ii) cumplan este Código de conducta. Los representantes deberán responder de sus actos en relación con el presente Código.

Todas las relaciones con los representantes deben sustanciarse en contratos por escrito. Corresponde a la Entidad que contrate a los representantes asegurarse de la existencia de una licitación periódica y de que ninguna relación con ningún representante se prolongue más allá de un periodo razonable.

Corresponde a los representantes respetar todas las leyes relativas a embargos y comercio; los empleados y sus managers encargados de contratar a dichos representantes tienen la obligación de controlarlos.

Corresponde a todo empleado y a su manager, siempre que estén relacionados con un representante, asegurarse de que éste ejecute sus misiones respetando este Código de conducta.



NINGUNO DE LOS ELEMENTOS SIGUIENTES ESTÁ AUTORIZADO

Un representante ofrece una suma en efectivo a un funcionario de aduanas para obtener una licencia de importación.

Un representante ofrece a un representante del gobierno el alquiler de una casa de vacaciones para influir en la selección del Grupo para un contrato público.

Un representante ofrece una suma en efectivo a un manager de una empresa para influir favorablemente en una decisión de compra. La empresa es una empresa pública (en China, por ejemplo).

Un representante ofrece a un representante del gobierno un vehículo para acelerar la autorización de un permiso de construcción.

Si se produce alguno de estos cuatro casos, se deberá a la negligencia del manager responsable, ya sea en la selección como en la gestión del representante o del empleado a cargo de este último.



ORIENTACIONES

Entra dentro de lo razonable prorrogar durante un periodo similar un contrato de 0 a 3 años firmado con un representante. No obstante, también se puede esperar que el contrato sea objeto de licitación en un concurso abierto. Si esto no es así, la razón para esta acción excepcional debe motivarse y consignarse por escrito de forma clara y transparente, indicando quién ha tomado esta decisión.

Tenga un perfecto conocimiento del mercado local y tome todas las medidas para asegurarse de que los honorarios entregados a los representantes sean proporcionarles al trabajo realizado el cumplimiento de su misión. Ponga atención para evitar cualquier pago que pueda inducir una acusación de propuesta de soborno.

Los representantes "representan" al Grupo. Los empleados responsables (y sus managers) deben asegurarse de que estos tienen una formación adecuada y respetan todas las leyes sobre embargos y comercio.

Organice periódicamente entrevistas y auditorías para que los representantes justifiquen los fondos que les haya entregado y los fondos que pueden haber entregado a terceros en nombre del Grupo.

NEGATIVA A HACER PAGOS DE FAVORES O INCENTIVOS

Los **pagos de favores o incentivos** son entregas de dinero hechas a un funcionario público para generar o acelerar una acción gubernamental que no es de naturaleza discrecional, como la obtención de un permiso, la concesión del suministro de agua o de electricidad, o el suministro de servicios habituales, como los servicios de correos o de protección policial. Los pagos habituales y ordinarios efectuados directamente a un organismo gubernamental por un servicio público (como los gastos de conexión al servicio de agua) no son pagos de favores ni incentivos.

➔ ***Está prohibido efectuar pagos de favores o incentivos aunque estén tolerados por la legislación local vigente.***



NINGUNO DE LOS ELEMENTOS SIGUIENTES ESTÁ AUTORIZADO

Entregar a un funcionario de aduanas una pequeña suma para su cuenta personal al objeto de acelerar el despacho de un contenedor, lo que es por otra parte completamente legal respecto a los criterios de importación.

Entregar a un funcionario de inmigración una pequeña suma para su cuenta personal al objeto de acelerar una solicitud de visado.



ORIENTACIONES

El importe del pago no es importante.

Puede ser muy difícil y complejo determinar si un acto es o no de naturaleza discrecional.

Los pagos de favores pueden no ser ilegales en sí mismos, pero se corre el riesgo de que den lugar a otros comportamientos ilícitos, por ejemplo, a casos de fraude fiscal.

Los pagos de favores pueden confundirse con sobornos o intentos de soborno. Aunque técnicamente puedan tolerarse respecto a la legislación local en vigor, el riesgo de un error de apreciación es demasiado importante.

Si se exigen dichos pagos, comuníquela petición a su manager y suspenda cualquier acción hasta que la Dirección Jurídica de su Zona se pronuncie al respecto.

CONTRIBUCIONES A ORGANIZACIONES BENÉFICAS Y PARTIDOS POLÍTICOS

Las **contribuciones a organizaciones benéficas** son aportaciones que hace el Grupo a una organización caritativa, una obra benéfica o una fundación privada. Dichas donaciones pueden efectuarse en efectivo, en inmuebles, en bienes, en títulos mobiliarios o en cualquier otro artículo de valor.

Las **contribuciones a partidos políticos** son financiaciones que hace el Grupo, en fondos o en recursos, a partidos políticos, sus representantes o a los candidatos a un cargo público. Michelin no tiene la intención de apoyar a un candidato político para obtener ventajas para la empresa. El Grupo observa un principio de neutralidad.

Las contribuciones a organizaciones benéficas y a partidos políticos están prohibidas a menos que:

- ***estén autorizadas por la legislación aplicable;***
- ***se comuniquen públicamente de acuerdo con las leyes aplicables;***
- ***se consignen en el Registro de Obsequios correspondiente;***
- ***cuenten con la autorización previa del Director de Zona correspondiente (excepto en lo que se refiere a las contribuciones a organizaciones benéficas hechas por un centro en virtud de su programa de sensibilización local, de conformidad con la Directiva «Implicación en la vida local» que no necesitan aprobación individual previa por parte del Director de la Zona Geográfica, siempre que dichas contribuciones se consignen en el Registro de Obsequios correspondiente y que sean conformes con el Código de Ética de Michelin y con este Código de conducta Anticorrupción);***
- ***que sean totalmente conformes con el Código de Ética de Michelin.***

* Un centro no debe hacer contribuciones a partidos políticos a través de la política «Implicación en la vida local», y en todo caso estas deben ser aprobadas previamente por el Director de Zona geográfica y consignarse en el Registro de Obsequios.

A los representantes les está estrictamente prohibido hacer este tipo de contribuciones en nombre del Grupo.

La Fundación empresarial Michelin está sometida a otras obligaciones de gobierno e información que no se recogen en este Código.



ESTÁN AUTORIZADOS LOS ELEMENTOS SIGUIENTES

Contribuciones a organizaciones benéficas

Donaciones a ONG reconocidas internacionalmente, tales como Médicos sin fronteras o UNICEF, así como regalos a obras benéficas nacionales o locales son contribuciones benéficas.

Una donación en efectivo, en tiempo o materiales, para construir un parque público para el disfrute de los residentes locales vecinos de un centro industrial también se puede considerar una contribución benéfica.

Contribuciones a partidos políticos

Es completamente legal hacer un obsequio de acuerdo con la ley en aquellos países que autoricen a las empresas a hacer aportaciones en efectivo a un candidato político.



NINGUNO DE LOS ELEMENTOS SIGUIENTES ESTÁ AUTORIZADO

No obstante, los obsequios no conformes pueden ser ilegales y pueden asemejarse a sobornos, aunque algunos tipos de contribuciones políticas sean legales. Por ejemplo, se puede tener la autorización para entregar a un candidato una contribución en efectivo inferior o igual a 100 euros, pero regalarle una bandeja de cristal con un valor de 100 euros puede estar prohibido.



ORIENTACIONES

Contribuciones a organizaciones benéficas

Excepto (i) de conformidad con la política «Implicación en la vida local» y (ii) de conformidad con el capítulo 5 de este Código, una contribución a organizaciones benéficas no puede autorizarse en ningún caso sin el acuerdo previo por escrito de la Dirección Jurídica de la Zona y del Director de Zona. Esta regla se aplica con independencia de la amplitud o del objeto de la contribución a la organización benéfica.

Hay que estar atentos para asegurarse de que el destinatario de una contribución caritativa sea efectivamente una organización benéfica y no un «escaparate» para una actividad ilegal o no ética.

Es fundamental respetar este procedimiento en todos sus puntos por el riesgo que existe de error de apreciación del objeto de las aportaciones caritativas por parte de las autoridades o de terceros influyentes.

Los regalos que se hacen a una comunidad local residente cerca de los centros de producción del Grupo se considerarán contribuciones a organizaciones benéficas y el procedimiento definido por este Código debe aplicarse antes de hacer dichos obsequios.

Contribuciones a partidos políticos

Las contribuciones a partidos políticos deben realizarse en los territorios que las autoricen específicamente y deben controlarse de forma rigurosa para garantizar el respeto de todos los aspectos de la ley. Tan solo el responsable de Relaciones Institucionales de la Zona correspondiente puede hacer contribuciones políticas en nombre del Grupo, con la autorización previa de la Dirección Jurídica y del Director de Zona. El responsable de Relaciones Institucionales debe conocer todos los aspectos de la legislación relativos a las contribuciones a partidos políticos.

Aunque las contribuciones estén autorizadas por las leyes aplicables, las contribuciones a partidos políticos solo pueden acordarse para aquellos candidatos partidarios de la movilidad sostenible.

Las contribuciones ilegales a partidos políticos pueden equipararse a sobornos.

Si no está seguro de la pertinencia de una contribución a un partido político, no la haga.

Es fundamental consignar todas las contribuciones a partidos políticos en el Registro de Obsequios.

HONESTIDAD Y TRANSPARENCIA CON LOS OBSEQUIOS Y LAS INVITACIONES

Un **obsequio** puede ser una comida, una muestra de aprecio o de gratitud, una invitación a un acontecimiento social o a otras reuniones relacionadas con asuntos razonablemente vinculados a las actividades de Michelin. Los empleados o los representantes pueden dar o recibir obsequios.

Los obsequios que no sean razonables pueden considerarse como soborno.

Un **registro de obsequios** es un registro formal donde se consignan todos los regalos que no estén claramente autorizados por una política específica, pero que el management de Michelin puede considerar aceptables. Cada Zona Geográfica debe mantener un Registro de Obsequios bajo la autoridad y el control del Director de Zona. Este último puede delegar esta actividad, pero sigue siendo responsable en caso de litigio. El Registro de Obsequios tiene por objeto garantizar la transparencia, y está sometido a examen y auditoría. Todas las contribuciones a organizaciones benéficas y partidos políticos deben consignarse igualmente.

La entrega o aceptación de un obsequio está sometida a un control en la medida en que es posible que dicho acto se haga con ánimo de sobornar o se perciba de esa forma. Esta intención o percepción no tienen necesariamente que ver con el tamaño del obsequio sino que se basa en la intención de la persona que hace el regalo y tiene en cuenta su valor, las circunstancias que lo rodean y lo razonable de su naturaleza a la vista de las circunstancias.

➡ ***Está prohibido dar o aceptar un obsequio que pueda percibirse razonablemente como un soborno o como un medio de influir de manera inadecuada en una opinión profesional.***

➡ ***Está prohibido dar o aceptar un obsequio que pueda percibirse razonablemente como origen de un conflicto de interés.***

Las Entidades tiene la autoridad para definir las políticas y códigos en materia de obsequios. Las Entidades que establecen dichas políticas y códigos son responsables de (1) comunicarlas a todos los empleados y managers afectados y de formar a estos últimos y de (2) asegurarse de su conformidad en colaboración con el Comité de Ética y Conformidad de la Zona. Estas políticas y códigos pueden aplicarse en la medida en que sean más restrictivos que el presente Código de conducta.

En el caso de no existir orientaciones específicas en una política o un código aplicables: no pueden hacerse ni recibirse obsequios ni invitaciones excepto si tienen un carácter razonable, proporcionado y si se hacen de buena fe para promocionar un objetivo profesional válido. Están prohibidos en todos los demás casos.

Se entiende que puede haber oportunidades de dar y recibir obsequios, así como invitaciones, que no estén claramente autorizadas por una política específica. En dichos casos, corresponde al empleado y a su manager recabar previamente el consejo y la autorización de la jerarquía antes de proseguir con la entrega o aceptación. Si el management decide que es posible entregar o recibir dicho obsequio, esta decisión debe consignarse previamente en el Registro de Obsequios correspondiente, indicando la naturaleza y el valor del mismo.



NINGUNO DE LOS ELEMENTOS SIGUIENTES ESTÁ AUTORIZADO

Un empleado que tiene influencia en nuestras relaciones con un proveedor recibe de este último un regalo de gran valor.

Un cliente regala a un comercial unas vacaciones con todos los gastos pagados.

Un empleado recibe una invitación de un cliente para una cena excepcionalmente lujosa.

Un empleado recibe regalos que trasciendan los límites de la política de obsequios.

Durante una cena de negocios normal, un cliente agradece a un comercial sus excelentes servicios y recibe una ensaladera de cristal y plata como símbolo de agradecimiento.



ORIENTACIONES

Cuando haga obsequios:

Piense en la pertinencia del obsequio: ¿es verdaderamente necesario?

Demuestre la transparencia y busque el consejo de su manager antes de hacer un obsequio que pueda considerarse de naturaleza extraordinaria.

No haga regalos que se salgan de las prácticas habituales de su Entidad y recabe primero la autorización de la jerarquía antes de hacer dicho obsequio.

Cuando le hagan un regalo:

No acepte ningún obsequio que no le parezca razonable o que trascienda el límite de las políticas aplicables.

Es posible que un empleado reciba un obsequio que no sea conforme (por ejemplo, un regalo recibido por correo, o un regalo que se entrega durante un evento que no puede rechazarse sin avergonzar al interlocutor por motivos culturales o de tradición).

En tales casos, debe informar inmediatamente al manager del empleado, consignar el obsequio en el Registro de Obsequios y entregarlo al Responsable de Personal correspondiente para garantizar que el regalo no tendrá ninguna influencia en ninguna decisión profesional, y que no dará lugar a ningún beneficio individual para el Grupo o el empleado.

RECOMENDACIONES DE BUENAS PRÁCTICAS

- *Comprender bien la situación que hay que gestionar.*
- *Ser perfectamente consciente de la situación y prever las acciones de los demás.*
- *Ser consciente y saber lo que se espera de usted.*
- *Pedir ayuda a su responsable jerárquico o a otras personas que pueda necesitar, como por ejemplo a la Dirección Jurídica.*
- *Buscar la transparencia; si le piden que actúe en secreto, desconfíe.*
- *Entender cuál es su función y sus responsabilidades.*
- *Aplicar los valores de Michelin.*
- *Consultar a los representantes del Comité de Ética y a la Dirección Jurídica de su Zona.*
- *Poner este Código de conducta en conocimiento de sus contactos profesionales.*
- *Rechazar cualquier suma y obsequio que pudiera dar razonablemente lugar a acusaciones de soborno. Asimismo, no hacer este tipo de obsequios.*
- *Evitar entrar en propuestas u oportunidades profesionales complejas o confusas que sugiera un tercero ajeno al Grupo y comunicárselo a su manager.*
- *No realizar ninguna acción cuyo sentido no entienda.*
- *No ponerse en situación de riesgo por incumplimiento de este Código de conducta sino, al contrario, protegerse en caso necesario de cualquier riesgo real de resultar afectado tomando las medidas adecuadas y comunicar inmediatamente a su manager la situación; este tendrá la obligación de notificarlo a la Dirección de Personal y al Director de Zona.*

Michelin - Dirección Grupo Comunicación y Marcas

Michelin

23, place des Carmes-Déchaux
63040 Clermont-Ferrand Cedex 9 - France

www.michelin.com

Diseño y realización : 

Referencia del documento : Código de conducta anticorrupción

Autor del documento : DGD

Nivel de confidencialidad : D3

Puesta al día: Setiembre 2015

Conservación : WA+10

Referencia : DIR_DGD_009_Es

"Las copias impresas de este documento se consideran copias no controladas."

