

Nuestro Código de Integridad



Hacer lo correcto

Mercedes-Benz



Contenido

| | |
|---|----|
| 01 Introducción | 06 |
| 02 Lo que nos representa: Nuestro concepto de Integridad y nuestros principios empresariales | 10 |
| Somos rentables y apostamos por las personas y el medioambiente | 12 |
| Actuamos con responsabilidad y respetamos las normas | 12 |
| La honestidad, la franqueza y la transparencia son el fundamento de nuestros actos | 13 |
| La confianza, la justicia y el respeto caracterizan nuestro trabajo en común | 13 |
| Valoramos la diversidad | 13 |
| 03 Cómo trabajamos: Nuestras normas de conducta | 14 |
| Base de la colaboración | 15 |
| Cumplimiento de las leyes | 28 |
| Relaciones con socios comerciales | 38 |
| Sostenibilidad y responsabilidad social | 44 |
| Digitalización | 52 |
| 04 Cumplimiento del Código de Integridad | 58 |
| 05 Glosario | 64 |



Directiva de izq. a der.: Harald Wilhelm (Finanzas y controlling/ Mercedes-Benz Mobility), Britta Seeger (v), Jörg Burzer (Gestión de producción y de cadena de producción), Sabine Kohleisen (Directora de personal y trabajo), Ola Källenius (Presidente de la Junta Directiva), Renata Jungo Brüngger (Integridad y legalidad), Markus Schäfer (Director de tecnología, desarrollo y compras), Hubertus Troska (China Continental).

Prólogo

Estimados empleados y empleadas:

Mercedes-Benz se está transformando en una empresa de lujo y tecnología. Nuestro objetivo es fabricar los vehículos más deseados del mundo. Esto incluye que tanto la empresa en su conjunto como cada individuo actúen de forma responsable. Queremos estar a la altura de este reclamo, especialmente en tiempos de cambio.

El gran reto de nuestro tiempo es la transformación sostenible y, como empresa, entendemos la sostenibilidad de forma holística: Nos estamos convirtiendo en una empresa neutral desde el punto de vista climático. Asimismo, estamos comprometidos con los intereses sociales y defendemos un gobierno corporativo responsable. La integridad es una base fundamental para ello. Esta constituye la base de nuestra estrategia junto con la sostenibilidad y la diversidad, pues solo aquellos que actúan de forma ética, medioambiental y legalmente responsable seguirán teniendo éxito a largo plazo.

Actuar con integridad significa hacer lo correcto. Esto parece más fácil de lo que realmente es en el trabajo diario: La complejidad técnica y jurídica es cada vez mayor: a menudo nos enfrentamos a retos para los que no hay soluciones claras. Por lo tanto, es importante que nuestras acciones estén en consonancia con principios claros. Nuestro Código de Integridad pretende orientarte en este contexto. Empleados de todo el mundo y de diferentes áreas de negocio han contribuido a su creación y posterior desarrollo. Sirve como estándar común de valores para Mercedes-Benz y ayuda a tomar decisiones fundamentadas.

Como empresa, tenemos una responsabilidad con la sociedad, el medio ambiente y nuestros grupos interesados en todo el mundo. También queremos estar a la altura de esta responsabilidad en el camino hacia la transformación. Estamos convencidos de lo siguiente: El lujo y la integridad no son mutuamente excluyentes, sino todo lo contrario. La integridad es la base del lujo verdadero y moderno. Si actuamos en consecuencia, Mercedes-Benz podrá mantenerse en el camino correcto en el futuro.

01 Introducción



En Mercedes-Benz nos esforzamos por dar siempre lo mejor.

Cualquiera que trabaje en Mercedes-Benz¹ sabe que siempre nos esforzamos por hacerlo lo mejor posible. Queremos construir los vehículos más deseables del mundo. Esta **aspiración a la excelencia**² se aplica también al trato entre nosotros, a nuestros clientes y a los socios de negocios. También somos conscientes de nuestra responsabilidad social y queremos estar a la altura.

Nuestra empresa es socio fundador del Pacto Mundial de la ONU (Global Compact) y asume su responsabilidad global.

Como miembro fundador del **Global Compact (Pacto Mundial) de las Naciones Unidas**, nos comprometemos a defender los derechos humanos, a respetar los derechos de los trabajadores y sus representantes, a proteger el medio ambiente, a permitir una competencia leal y a luchar contra la **corrupción**.

¹ Cuando se hace referencia a Mercedes-Benz en estas directrices, se trata del Grupo Mercedes-Benz AG y de las empresas controladas del Grupo Mercedes-Benz.

² Los términos marcados en color en el texto principal se explican en el glosario.

Esperamos que todos nuestros empleados se comporten con integridad.

Sólo podemos ser una empresa ejemplar a nivel mundial si también trabajamos de forma responsable in situ, en cada sala de producción y en cada oficina. No toleramos ningún tipo de comportamiento ilícito o inadecuado que vaya en contra de este Código de Integridad. Por lo tanto, las disposiciones contenidas en esta directriz son **vinculantes** para todos los empleados de Mercedes-Benz AG, así como para todos los empleados de las empresas controladas del Grupo.³ De Mercedes-Benz AG, así como para todos los empleados de las empresas controladas del Grupo.

³ En la presente Directriz, con el único fin de simplificar su lectura, sólo se utiliza una forma para las personas físicas. No obstante, el contenido se refiere en todo momento a personas de cualquier identidad de género. El término "empleados" también incluye a los directivos de todos los niveles y a los miembros de los órganos ejecutivos.

La sostenibilidad, la integridad y la diversidad son la base de nuestro trabajo.

La base de nuestro trabajo es la sostenibilidad, la integridad y la diversidad. Estos tres pilares nos dan soporte y orientan en nuestras actividades diarias.

02 Lo que nos representa: Nuestro concepto de Integridad y nuestros principios empresariales



La integridad tiene una importancia fundamental para Mercedes-Benz.

La **integridad** tiene una importancia fundamental para Mercedes-Benz y da forma a nuestra imagen. Este Código de Integridad no puede anticipar todas las situaciones en las que debemos tomar decisiones. Especialmente en el caso de situaciones para las que no existen regulaciones claras o que pueden interpretarse de formas diferentes, el comportamiento íntegro es especialmente importante.

Integridad significa hacer lo correcto. Esto quiere decir que cumplimos las normas internas y externas, actuamos de acuerdo con nuestros principios corporativos y también escuchamos nuestra brújula interior. Nosotros compartimos y practicamos estos **cinco Principios corporativos**:

Nuestros principios empresariales

Somos rentables y apostamos por las personas y el medioambiente.

Somos rentables y apostamos por las personas y el medioambiente

Producimos vehículos fascinantes y ofrecemos servicios innovadores en torno a la movilidad para lograr el éxito y ser rentables. Pues solo alcanzado el éxito económico podremos ofrecer perspectivas de futuro. El principal activo de nuestra empresa son las personas que trabajan para Mercedes-Benz y la pasión con la que lo hacen. Por esa razón, invertimos en el desarrollo personal de nuestros empleados. Para nosotros, es importante gestionar el medioambiente de forma sostenible, por eso lo protegemos y manejamos nuestros recursos con responsabilidad. Nuestro propósito es poner en armonía la rentabilidad, las personas y el medioambiente.

Actuamos con responsabilidad y respetamos las normas.

Actuamos con responsabilidad y respetamos las normas

En Mercedes-Benz, asumimos la responsabilidad de nuestras acciones y decisiones y seguimos las normas. Esto significa lo siguiente: nos atenemos a las leyes, a las regulaciones internas y externas, a los acuerdos celebrados con los representantes de los trabajadores, a los compromisos voluntarios y a este Código de Integridad. Tomamos nuestras decisiones de manera consciente, y animamos a todos a cuestionar sus acciones.

La honestidad, la franqueza y la transparencia son el fundamento de nuestros actos.

La honestidad, la franqueza y la transparencia son el fundamento de nuestros actos

La base de nuestras acciones, tanto en el ámbito interno como en el externo, es la honestidad, la franqueza y la transparencia. Así, obtenemos confianza. Aprendemos del pasado y nos planteamos nuevos retos. Alentamos a cada uno de nosotros a expresar su opinión cuando algo no esté bien o cuando sienta que algo falla (*Speak-up culture (cultura de comunicación)*). Para ello, fomentamos una atmósfera en la que se pueda llamar a las cosas por su nombre sin la amenaza de consecuencias negativas. Se valoran las opiniones diferentes, y estamos a favor de que se cuestionen.

La justicia y el respeto son la base de nuestro trabajo en común.

La confianza, la justicia y el respeto caracterizan nuestro trabajo en común

En Mercedes-Benz, nos tratamos los unos a los otros con justicia y respeto. El espíritu de equipo, la confianza mutua y el trato respetuoso tienen una gran importancia. Esto se aplica no solo a nuestros empleados, sino también a nuestros clientes, socios comerciales y cualquier otra persona.

La diversidad entre nuestros empleados es una de nuestras fortalezas.

Valoramos la diversidad

En Mercedes-Benz, la *diversidad* no es solo una cuestión de cumplir las disposiciones legales. La diversidad de nuestros empleados en Mercedes-Benz es nuestra fuerza y un factor clave de nuestro éxito. Las distintas competencias, perspectivas y experiencias forman la base de la innovación y nos ayudan a comprender las necesidades de nuestros clientes en todo el mundo. El respeto, el aprecio, la integridad y la cohesión caracterizan nuestra cultura empresarial.

03 Cómo trabajamos: Nuestras normas de conducta



Base de la colaboración

La gestión consciente de la diversidad y la individualidad forma parte de nuestra estrategia empresarial.

No toleramos la discriminación; nuestro objetivo es la igualdad de oportunidades.

Diversidad e igualdad de oportunidades

En Mercedes-Benz valoramos las diferencias entre nuestros empleados. Por ello, la diversidad y la **inclusión** son parte de nuestra estrategia corporativa, forjada por el **manejo consciente de la diversidad y la individualidad**. Como empresa que opera a nivel mundial, esta estrategia es un requisito para alcanzar el éxito económico.

De acuerdo con nuestros **Principios corporativos**, somos abiertos unos con otros y con una actitud caracterizada por el respeto mutuo, el aprecio y la equidad. La **igualdad de oportunidades** es nuestra meta para todos. No se tolera ninguna forma de **discriminación**, especialmente en relación con:

- Género o identidad de género
- Raza, origen o nacionalidad
- Origen social
- Religión o ideología
- Orientación sexual
- Capacidades físicas o mentales
- Discapacidad
- Edad
- Afiliación política, social o sindical.

Creamos una cultura del aprecio: el acoso no tiene cabida entre nosotros.

En Mercedes-Benz respetamos los derechos personales de nuestros empleados. Creamos una cultura de **aprecio y respeto** en la que podemos desarrollarnos individualmente para aprovechar todo nuestro potencial en el trabajo. Toda forma de **discriminación**, acoso, comportamiento injusto o **intimidación** es contraria a nuestra identidad y no tiene cabida en Mercedes-Benz. Es nuestro deber común crear un entorno de trabajo justo, respetuoso y amistoso.

Seguridad y salud

Unas condiciones de trabajo seguras tienen una alta prioridad para nosotros.

La salud, la seguridad y el bienestar de nuestros empleados son una gran prioridad en Mercedes-Benz. Queremos crear un entorno de trabajo en el que todos puedan aportar su máximo rendimiento, preservando al mismo tiempo su **salud** física y psíquica.

Queremos evitar los accidentes de trabajo y las enfermedades laborales.

Unos altos **niveles de seguridad** técnica y operativa son la base de nuestro trabajo. El objetivo consiste en evitar los accidentes de trabajo y las enfermedades laborales. Para ello, esperamos la participación activa de nuestros empleados.



Seguridad y salud

La salud, la seguridad y el bienestar de nuestros empleados tienen una alta prioridad en Mercedes-Benz.

Todos somos responsables de la protección de la salud en el lugar de trabajo.

En Mercedes-Benz, cumplimos las normas y otras especificaciones de seguridad laboral. Por ejemplo, utilizamos el **equipo de protección** prescrito, garantizamos de forma independiente unas condiciones de trabajo seguras e informamos de las sospechas de riesgos para la seguridad y la salud. No trabajamos bajo la influencia del alcohol y las drogas. Nosotros nos aseguramos de no poner en peligro nuestra propia seguridad o la seguridad e integridad de los demás.

Mercedes-Benz ofrece a sus empleados programas de prevención de la salud.

Mercedes-Benz ofrece programas de promoción de la salud y orientados a la prevención específicos para cada país y confía en la participación activa de los empleados, entre otros en los siguientes ámbitos:

- Medicina y protección laboral
- Promoción de la salud en las empresas
- Ergonomía
- Reinserción y
- orientación social.

Mercedes-Benz crea condiciones que favorecen el equilibrio entre el trabajo y la vida privada.

Conciliación de la vida laboral y privada

Nuestra **cultura de trabajo** se basa en la confianza y el respeto. Mercedes-Benz ofrece un marco de condiciones que ayuda a los empleados a dar lo mejor de sí en su **situación de vida individual** y mantener su rendimiento. Esto permite que todos los empleados contribuyan a nuestro éxito de la mejor manera posible. Para ello, ofrecemos diversas posibilidades y programas nacionales basados en acuerdos empresariales para conciliar el trabajo y la vida privada.

Conflictos de intereses

Mercedes-Benz respeta los intereses personales y la vida privada de sus empleados. No obstante, los intereses personales o los intereses económicos particulares no deben influir en las decisiones comerciales.

Por ese motivo, evitamos situaciones en las que los intereses personales o los intereses económicos particulares puedan contravenir los **intereses de nuestra empresa** o de nuestros socios comerciales. Si existen **conflictos de intereses** de este tipo, los damos a conocer y buscamos, de acuerdo con el directivo correspondiente, una solución que no perjudique los intereses de nuestra empresa.

Buscamos un equilibrio razonable entre los intereses personales y los intereses de la empresa.

Si existen conflictos de intereses, los comunicamos.



Conciliación de la vida laboral y privada

Mercedes-Benz proporciona condiciones que apoyan la conciliación entre el trabajo y la vida privada.

Los **conflictos de intereses** pueden surgir, por ejemplo, cuando los empleados:

- Aceptan, ofrecen u otorgan obsequios o invitaciones
- Son miembros de organismos de otra empresa
- Realizan una actividad secundaria o
- Participan en empresas competidoras.

Colaboración con los representantes de los trabajadores

Estamos comprometidos con nuestra **responsabilidad social**. Trabajamos con todos los empleados, los representantes de los trabajadores y los sindicatos de forma respetuosa y con confianza. Buscamos un equilibrio entre los intereses económicos de la empresa y los intereses de los empleados. Nuestro objetivo, también en situaciones conflictivas, es siempre crear y conservar conjuntamente una base idónea para una **cooperación constructiva**.

Gestión de los recursos de la empresa

Utilizamos los recursos de la empresa con cuidado y de forma sostenible. Actuamos de ese modo asumiendo nuestra responsabilidad por la sociedad y por el medio ambiente, movidos por el respeto y por nuestras obligaciones frente a nuestros accionistas y, también, porque somos los **primeros interesados** en trabajar en una empresa que apuesta por una rentabilidad sostenible.

Solo empleamos los recursos de la empresa con fines profesionales.

Una regla de validez general es que utilizamos la propiedad material e intelectual, los activos y otros recursos de la empresa únicamente con fines profesionales. Se aplican excepciones si las regulaciones de la compañía permiten el **uso privado** de los recursos empresariales. El **desperdicio** de recursos disminuye los activos empresariales y, además, puede causar **daños a nuestra reputación**. Por ello, nos aseguramos de utilizar los recursos de la empresa de forma responsable y económica en nosotros mismos y en nuestro entorno.

Protegemos la información, pues tiene un gran valor.

Manejamos la información con responsabilidad, pues forma parte de nuestros activos más importantes. Por lo tanto, su protección y salvaguarda son de gran importancia para Mercedes-Benz. Nos aseguramos de no divulgar información sobre Mercedes-Benz en nuestras relaciones con socios comerciales o en eventos privados que permitan a personas ajenas a la empresa conocer de forma inadmisiblemente nuestros procesos comerciales. También somos conscientes de que la divulgación deliberada de información sobre procesos internos a terceros externos puede perjudicar a Mercedes-Benz. Aplicamos y utilizamos las condiciones marco establecidas para la **seguridad de la información**, asumiendo así responsabilidad por la información que tratamos.

Los secretos de empresa se protegen especialmente.

Los **secretos de empresa** como, por ejemplo, las innovaciones, los nuevos productos o los conceptos de vehículo nos garantizan la ventaja con respecto a nuestros competidores. Por ese motivo, protegemos este tipo de información de manera especial. Nos adherimos a las leyes y a las regulaciones internas para la protección de los secretos de empresa y respetamos los secretos de empresa de compañías competidoras, socios de negocios y clientes.

Protección de la propiedad intelectual

Mercedes-Benz AG posee numerosas patentes y otros derechos de propiedad industrial. Estos son algunos de los recursos corporativos más importantes, que deben ser protegidos.

Mercedes-Benz AG posee numerosas **patentes** y otros derechos de propiedad industrial, como **marcas** y **diseños**. Se encuentran entre los activos corporativos más importantes y garantizan la competitividad, la acción y la innovación en Mercedes-Benz. Por tanto, nos encargamos de que no puedan sufrir manipulaciones por parte de terceros. De igual modo, evitamos el uso no autorizado de la propiedad intelectual ajena.



Protección de la propiedad intelectual

Nuestras patentes son uno de nuestros recursos más importantes y necesitan protección.

Coordinamos las publicaciones externas con el departamento de comunicación.

Aparición pública

El manejo responsable de la información empresarial nos concierne a todos. Por ello, Mercedes-Benz aplica una política encaminada a garantizar una apariencia coordinada y uniforme ([One Voice Policy](#)).

Las declaraciones realizadas por la empresa y sus empleados a los medios de comunicación (online, prensa, televisión, radio y redes sociales) son controladas y coordinadas por el Departamento de Marketing y Comunicación. Las consultas de los representantes de los medios de comunicación externos son atendidas exclusivamente por el Departamento de Marketing y Comunicación. Las publicaciones externas realizadas por la función especializada y dirigidas a grupos externos, como artículos científicos, conferencias o intervenciones en mesas redondas para un público especializado, son responsabilidad de los departamentos especializados. Deben cumplir con las especificaciones de la Directriz proporcionada a tal efecto.

Al aparecer en público, damos a conocer nuestras opiniones personales como tales.

Todos los empleados gozan del derecho a la libre expresión en sus declaraciones en público. Cuando expresamos opiniones en público, en eventos, en foros públicos online o en [redes](#) sociales en las que somos reconocibles como empleados de Mercedes-Benz, nos cuidamos de identificar **las opiniones personales** como tales.

Cumplimiento de las leyes

Nos comprometemos a dar forma a la movilidad del futuro a un nivel excepcional.

Utilizamos los avances tecnológicos para reducir las emisiones contaminantes y los gases de efecto invernadero.

Cumplimiento de los requisitos del producto

Para nosotros, en Mercedes-Benz, la seguridad y la calidad de nuestros productos es una gran prioridad. En un momento en que las tecnologías y las normativas cambian rápidamente, nos comprometemos a **dar forma a la movilidad del futuro a un nivel excepcional**.

Mediante el desarrollo tecnológico de nuestros productos, perseguimos el objetivo de **reducir las emisiones contaminantes** en particular aquellas relacionadas con los vehículos para mejorar continuamente la calidad del aire. Además, nos esforzamos por disminuir continuamente la emisión de gases de efecto invernadero para contribuir a la protección del clima.

Nuestra empresa tiene un largo historial en cuanto a establecer continuamente nuevos estándares en el ámbito de **la seguridad**. Esta afirmación también se aplica a las innovaciones tecnológicas, como los sistemas de propulsión alternativos, la conducción autónoma o nuestra nueva arquitectura de software.



Cumplimiento de los requisitos del producto

Para nosotros, en Mercedes-Benz, la calidad de nuestros productos tiene una alta prioridad.

Nos aseguramos de que nuestros productos cumplan las regulaciones pertinentes.

De hecho, nuestro objetivo declarado es garantizar el cumplimiento legal y reglamentario de nuestros procesos y productos a lo largo de todo el **ciclo de vida**. Tenemos en cuenta el significado y la finalidad de las leyes y reglamentos pertinentes, así como el **estado de la ciencia y la tecnología**. En caso de que el marco de condiciones jurídicas resulte poco claro, nuestros empleados pueden orientarse mediante nuestros **principios empresariales**, así como por medio de las estructuras y procesos establecidos y comunicados.

Como especialistas, reforzamos la confianza en nuestros productos.

Como empleados, tenemos un papel central: En calidad de especialistas contribuimos a satisfacer las exigencias legales e internas **desde la primera idea hasta la disposición final** de nuestros productos, así como a cumplir las expectativas de nuestros clientes y de la sociedad y reforzar su confianza en nuestros productos.

En todo lo que hacemos, consideramos las posibles repercusiones de nuestros actos.

Conocemos las prescripciones que afectan a nuestra área de trabajo y nos encargamos de que nuestro nivel de conocimientos esté siempre actualizado. En todas las fases del **ciclo de vida** de nuestros productos, consideramos las posibles repercusiones de nuestros actos. Tratamos los **riesgos potenciales** de manera abierta en nuestro entorno de trabajo (**speak-up culture (cultura de comunicación)**).

Cumplimos las disposiciones fiscales y aduaneras vigentes.

Disposiciones fiscales y aduaneras

En Mercedes-Benz respetamos las disposiciones de la **legislación fiscal y aduanera**, que incluyen la normativa sobre el impuesto de sociedades, el impuesto sobre nóminas y el impuesto sobre el valor añadido, así como los derechos de aduana y los impuestos especiales aplicables a la importación de mercancías.

Rechazamos los modelos agresivos de evasión de impuestos.

La declaración y el pago correctos y oportuno de los impuestos y aranceles que deben pagarse son elementales para Mercedes-Benz. Por principio, prescindimos de modelos agresivos o incluso ilegales de **evasión de impuestos**. Perseguimos nuestro objetivo de una política corporativa sostenible también para los asuntos fiscales y aduaneros mediante una planificación fiscal sostenible basada en procesos estables que garanticen el cumplimiento de las leyes fiscales y aduaneras.

La competencia eficaz es un pilar fundamental de nuestra economía.

Legislación de defensa de la competencia

La **competencia** efectiva y sin obstáculos es uno de los pilares fundamentales de nuestro sistema social y económico. Crea crecimiento y puestos de trabajo y garantiza que todos nosotros, como consumidores, recibamos productos modernos a precios razonables.

Nosotros apostamos por proteger una competencia justa.

Mercedes-Benz también se beneficia del funcionamiento de la competencia, porque las leyes también nos protegen de los **acuerdos ilegales** y de los precios excesivos. Apostamos por una competencia leal en los mercados y cumplimos las leyes vigentes de defensa de la competencia y antitrust.

Existen riesgos para la competencia en áreas muy diversas, como por ejemplo:

- Durante el intercambio de información y el análisis comparativo con competidores
- En el marco de participaciones y cooperaciones
- En relación con el servicio posventa y las ventas
- En la admisibilidad del apoyo a las ventas (Sales Incentives)
- En el trabajo de asociaciones.

Todos los empleados conocen las regulaciones relevantes para su departamento.

Todos y cada uno de nosotros desempeñamos un papel importante en el cumplimiento de la ley y la normativa interna. El requisito para ello es que cada empleado sepa qué regulaciones son relevantes para su departamento. Gracias a la formación periódica, nos aseguramos de que se prevengan, detecten y sancionen las posibles infracciones de la legislación de defensa de la competencia.

Cumplimos todas las disposiciones en materia de comercio exterior.

Control de las exportaciones

El estricto cumplimiento de los controles de exportación de acuerdo con la normativa de comercio exterior es elemental para las empresas que operan en todo el mundo, como Mercedes-Benz. En general, hay que respetar la normativa de comercio exterior cuando se exportan bienes tangibles, intangibles - como por ejemplo el software - y servicios. Existen restricciones para los **bienes militares** y los productos civiles que también pueden utilizarse con fines militares (doble uso).

En cuanto a los embargos, actuamos con especial precaución.

Además, se aplican restricciones especiales a determinadas mercancías y países, como las **armas o productos de lujo, embargos y sanciones**. Todos los empleados se aseguran del estricto cumplimiento de las disposiciones en materia de comercio exterior en el ámbito de su responsabilidad.

Respetamos las sanciones y respaldamos la lucha contra el blanqueo de capitales y la financiación del terrorismo.

Sanciones económicas y prevención del blanqueo de capitales

Como empresa de ámbito mundial, cumplimos con las **sanciones económicas** internacionales y apoyamos a la comunidad internacional en la **lucha contra el blanqueo de capitales y la financiación del terrorismo**. Mercedes-Benz cumple con todos los requisitos al respecto.

Diseñamos los procesos empresariales de manera que se prevengan los delitos de cuello blanco.

Los empleados de los departamentos afectados se mantienen informados sobre la actualidad **listas de sanciones** en todo momento. Los empleados responsables de los procesos empresariales deben diseñarlos de manera que eviten cualquier forma de delitos económicos.

Legislación sobre información privilegiada y publicidad ad hoc

Se prohíbe el uso de información privilegiada. Nuestra empresa apuesta por un **mercado de valores** justo. Tomamos todas las medidas necesarias y adecuadas para evitar el **tráfico de información privilegiada** en nuestra empresa.

Toda la información que puede influir significativamente en la cotización de las acciones se publica inmediatamente como comunicación ad hoc.

Como empresa que cotiza en bolsa, el Grupo Mercedes-Benz AG tiene la obligación legal de publicar sin demora la información privilegiada relacionada con Mercedes-Benz mediante un **anuncio ad hoc**. Mientras dicha publicación no se produzca, la información en cuestión no podrá divulgarse sin autorización ni utilizarse para operaciones de valores.

No utilizamos información confidencial para obtener ventajas en la compraventa de acciones.

Los ejemplos de posible **información privilegiada** inesperada pueden ser:

- resultados financieros
- cambios en la previsión de resultados o de la cartera de pedidos
- desviaciones significativas de los objetivos corporativos publicados anteriormente
- cambios en los dividendos
- fusiones, cooperaciones o adquisiciones planificadas
- innovaciones técnicas significativas
- cambios importantes en la organización directiva o
- cambios en relaciones empresariales importantes.

Todos los empleados contribuyen a que la información privilegiada se publique **sin demora** y de la manera prescrita legalmente. Y, hasta que así sea, solo podrán proporcionar la información a las personas que la necesitan para el cumplimiento de sus tareas. Las personas que se encuentren en posesión de información privilegiada no podrán negociar con valores que puedan verse afectados por dicha información confidencial, ya sea personalmente o a través de terceros.

No sobornamos ni nos dejamos sobornar.

Prevención de la corrupción

En Mercedes-Benz, **no hacemos negocios a cualquier precio**. No sobornamos ni nos dejamos sobornar. Convencemos a nuestros socios comerciales y a nuestros clientes con nuestros productos y servicios, y no recurriendo a influencias inadecuadas. De igual manera, tampoco nos dejamos influir de manera inadecuada, sino que tomamos decisiones basadas en razones objetivas y comprensibles.

No damos lugar a la corrupción, pues perjudica a nuestra empresa, la competencia y el bien común.

Mercedes-Benz no tolera **ningún tipo de comportamiento corrupto** por parte de sus empleados, socios comerciales o clientes. Las decisiones basadas en la **corrupción** desvirtúan la competencia y perjudican a nuestra empresa y al bien común. Para evitar posibles daños a Mercedes-Benz, evitamos incluso la mera apariencia de influencia indebida.

Durante el tratamiento con organismos oficiales, evitamos incluso la mera apariencia de influencia inadecuada.

En particular, actuamos de acuerdo con nuestros **principios corporativos** cuando estamos en contacto con empleados de autoridades públicas y empresas de propiedad pública, así como con funcionarios públicos y políticos. **Evitamos incluso la mera apariencia** de influencia inadecuada, por ejemplo, relacionada con pagos, gratificaciones u otras ventajas. También nos adherimos a esto si dichos pagos son esperados o supuestamente habituales para actos oficiales o para acelerar actos oficiales ("pagos de facilitación").

Mediante formaciones y controles regulares, nos aseguramos de evitar, descubrir y sancionar el comportamiento corrupto.

Relaciones con socios comerciales

Los obsequios y las invitaciones están permitidos en el contexto adecuado.

Rechazamos las gratificaciones inadecuadas por parte de socios de negocios.

Las invitaciones deben tener un motivo comercial y tener lugar en relación con dicho acontecimiento.

Obsequios e invitaciones

Al tratar con socios comerciales y clientes, los obsequios y las invitaciones (gratificaciones) son habituales y están permitidos en **el contexto adecuado**. Para evitar **daños a la reputación** y pérdidas económicas de Mercedes-Benz, nuestras decisiones se basan en razones objetivas y comprensibles y no se ven influidas por gratificaciones inapropiadas.

Como empleados, no podemos **sugerir, pedir o reclamar** obsequios, invitaciones, servicios personales o favores por parte de socios de negocios, ya sea para nosotros o para terceros. Nos negamos a hacer **donaciones** si puede surgir la mera apariencia de **influencia indebida**. También prestamos atención a la idoneidad de descuentos y rebajas.

Se podrán aceptar obsequios promocionales y ocasionales de un valor razonable concedidos voluntariamente. Solo aceptamos **invitaciones** de socios comerciales a comidas o eventos cuando tienen lugar sin que se soliciten, tienen un motivo comercial, no se repiten con una frecuencia inadecuada y la invitación está relacionada con dicho motivo comercial.



Obsequios e invitaciones

Al tratar con socios de negocios y clientes, los regalos y las invitaciones son habituales y están permitidos en el contexto adecuado.

En cuanto a las gratificaciones de terceros, nos orientamos por medio de valores definidos.

Como **referencia** para determinar lo que puede considerarse razonable, para los obsequios de terceros tomamos como referencia un valor de **50 euros** y, para las invitaciones de terceros, un valor de **100 euros**. Si se plantean dudas acerca de si es oportuna la aceptación de obsequios o invitaciones, buscamos asesoramiento de nuestro directivo.

Documentamos la aceptación de subvenciones por encima de los valores orientativos.

Si recibimos **gratificaciones** que superen los valores de orientación, comunicamos y documentamos la recepción. Esto no afecta a las **obligaciones de notificación** en virtud de las disposiciones legales como, por ejemplo, la legislación fiscal.

Los obsequios a socios de negocios y clientes deben ser razonables.

También nos adherimos al principio de que hay que evitar incluso la mera apariencia de **influencia indebida** al **hacer regalos e invitaciones a nuestros socios comerciales y clientes**. Las **gratificaciones** solo están permitidas dentro de un importe razonable y en el marco de actividades comerciales habituales. Al ofrecer obsequios e invitaciones a empleados de organismos oficiales y empresas públicas, así como a funcionarios y políticos, somos moderados y nos aseguramos de su idoneidad de forma especialmente crítica.

Mercedes-Benz también espera que sus socios comerciales se comporten con integridad.

Sometemos a los potenciales socios comerciales a una comprobación de integridad basada en riesgos.

Nuestros socios comerciales deben atenerse a nuestro Código de Integridad.

Nuestros socios comerciales deberán asegurarse también de que sus propios proveedores cumplan nuestro Código de Integridad.

Selección de los socios comerciales

Mercedes-Benz espera el cumplimiento de nuestro Código de Conducta y de la ley no sólo por parte de sus empleados, sino también de sus **socios** comerciales, como **proveedores y distribuidores**.

Basándonos en riesgos, los sometemos a una **comprobación de integridad** antes de la conclusión del contrato. Los empleados encargados de la selección de los socios de negocios están obligados a realizar una comprobación de los mismos dentro del marco legal autorizado y siguiendo un **proceso de selección transparente**. De esta manera, nos aseguramos de que los potenciales socios comerciales cumplan este Código de Integridad.

Esperamos que, incluso tras la firma del contrato, nuestros socios comerciales cumplan estas prescripciones. Se comprometen a orientar sus acciones por estos valores y a reflexionar de forma permanente sobre su actuación.

Se insta a nuestros socios comerciales a comunicar el Código de Integridad y las obligaciones resultantes a sus empleados y proveedores.

En el caso de **infracciones** potenciales de las prescripciones de este Código de Integridad por parte de socios comerciales, los empleados responsables deben esforzarse por obtener una aclaración junto con el socio comercial.

Actividades secundarias y mandatos

Nuestros empleados deberán comunicar sus actividades secundarias remuneradas al directivo responsable. Éste a su vez examinará si el empleo secundario interfiere con los deberes laborales del empleado o si puede originar **conflictos de intereses**. Si existe un **conflicto de intereses** de este tipo o un menoscabo del deber de trabajar, se puede prohibir el empleo secundario.

La **asunción de un mandato** en un órgano de gestión, **consejo de supervisión**, consejo consultivo u otro órgano de otra empresa comercial también podría dar lugar a **conflictos de intereses**. Por tanto, los empleados solo pueden asumir este tipo de tareas habiendo obtenido autorización previa para ello.

Solo realizamos actividades secundarias cuando no dan a lugar a conflictos de intereses.

La aceptación de mandatos en otras empresas requiere aprobación.

La posesión de acciones en empresas de socios comerciales o empresas de la competencia no puede dar lugar a conflictos de intereses.

Las acciones en empresas de socios comerciales o de la competencia deben comunicarse.

Participaciones financieras

Como empleados, sólo podemos adquirir y poseer acciones y participaciones en socios comerciales o empresas de la competencia si se hace a **pequeña escala** y se excluye la posibilidad de un **conflicto de intereses** o la apariencia del mismo. No está permitido contravenir de forma indirecta esta regulación recurriendo a terceros para que asuman la titularidad de la participación en nombre del empleado.

Antes de **entrar a formar parte de nuestra empresa** las acciones ya existentes en empresas de socios comerciales o de la competencia que supongan un importe significativo deberán comunicarse al directivo responsable. Esto se aplica igualmente a las acciones que hayan pasado a ser propiedad de un empleado a causa de una herencia.

Sostenibilidad y responsabilidad social

Respetamos los derechos humanos reconocidos internacionalmente y los principios y derechos fundamentales en el trabajo.

Nuestra declaración política es vinculante para todos los empleados y directivos del mundo.

También prestamos especial atención a que nuestros socios comerciales respeten los derechos humanos y buenas condiciones de trabajo.

Respeto de los derechos humanos

En Mercedes-Benz respetamos los derechos humanos reconocidos internacionalmente y nos comprometemos, entre otros, con la Carta Internacional de Derechos Humanos, los [Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre las Empresas y los Derechos Humanos](#) y la [Declaración de la Organización Internacional del Trabajo \(OIT\) relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo](#).

En nuestra **Declaración de Principios de Responsabilidad Social y Derechos Humanos**, dejamos claro el valor especial que otorgamos al respeto de los derechos humanos y a las buenas condiciones de trabajo en Mercedes-Benz. La Declaración de Principios complementa y concreta nuestro Código de Conducta y es vinculante para todos los directivos y empleados de Mercedes-Benz en todo el mundo.

Nos comprometemos a prevenir, y en la medida de lo posible a mitigar y poner fin a los impactos negativos sobre los derechos humanos en nuestras operaciones comerciales en todo el mundo. Más allá de las empresas del Grupo, alentamos a nuestros socios comerciales, especialmente a los proveedores directos, a que también respeten los derechos humanos, y nos esforzamos para que también lo hagan los proveedores indirectos tomando las medidas oportunas.

Buscamos un balance medioambiental y energético modélico a nivel mundial.

Nuestra aspiración es desarrollar productos especialmente sostenibles y eficientes energéticamente en toda la cadena de valor.

Bienestar de los animales

Cumplimos los requisitos legales aplicables a nivel nacional e internacional sobre el bienestar y la protección de los animales, así como las directrices marco reconocidas que definen los principios éticos al respecto. También esperamos que nuestros socios comerciales sigan estas normas.

Protección del medio ambiente

No solo damos lo mejor de nosotros durante la fabricación de nuestros productos, sino también en nuestros esfuerzos por proteger el medioambiente. En todo el mundo perseguimos el objetivo de alcanzar un **balance medioambiental y energético ejemplar**, procuramos satisfacer las crecientes exigencias de los consumidores y asumimos los retos ecológicos, presentes y futuros.

Nuestra aspiración es desarrollar productos que resulten **especialmente sostenibles y eficientes energéticamente** en el segmento de mercado correspondiente. Nuestro enfoque de diseño compatible con el medio ambiente y energéticamente eficiente abarca toda la gama de productos de Mercedes-Benz y tiene en cuenta todas las fases del [ciclo de vida](#) del automóvil, desde la cadena de suministro hasta la producción y eliminación de los vehículos.

Diseñamos todas las etapas de la producción para que sean lo más respetuosas posible con el medio ambiente y la energía, con el fin de reducir nuestro impacto medioambiental y nuestro consumo energético. Tanto en el ámbito interno como externo, compartimos con transparencia nuestro impacto medioambiental.

Uno de nuestros objetivos corporativos más importante en cuanto a la protección del medio ambiente es la neutralidad de CO2. Nosotros lo hemos incorporado en nuestra **estrategia empresarial sostenible**.

Nuestro objetivo es que toda nuestra flota de vehículos nuevos sea neutra en carbono en toda la cadena de valor para el año 2039. Queremos desvincular el consumo de recursos cada vez más del crecimiento de nuestra producción. Nos comprometemos a reducir el número de recursos utilizados por vehículo. Para reducir el consumo de energía, agua y residuos, también trabajamos constantemente para que nuestros procesos de producción sean más eficientes y compatibles con el medio ambiente.



Protección del medio ambiente

Buscamos un balance medioambiental y energético modélico a nivel mundial.

Entablamos un diálogo fiable con gobiernos y organizaciones.

Representación de intereses políticos

Como empresa activa a nivel mundial, formamos parte del panorama global político y social y participamos como interlocutor creíble y fiable en procesos de formación de opiniones políticas y públicas. Nos comunicamos con gobiernos, asociaciones, organizaciones y grupos de interés social de forma fiable y basándonos en hechos, y tenemos en cuenta sus sugerencias en nuestras acciones. En estos procesos, tenemos también en cuenta el interés social en cuanto a **transparencia y honestidad**.

Como empresa global y marca de lujo, tenemos una gran responsabilidad con la sociedad.

Donaciones y patrocinios

Nuestra estrategia de ciudadanía corporativa pone un claro enfoque en la promoción de la sostenibilidad ambiental y la responsabilidad social. Como empresa global y marca de lujo, somos conscientes de nuestra responsabilidad con la sociedad. Con nuestro compromiso social, queremos hacer contribuciones tangibles al bien común más allá de nuestra actividad principal, en todo el mundo.



Donaciones y patrocinios

Para nosotros, el éxito empresarial está ligado indiscutiblemente a la responsabilidad social.

Con nuestra estrategia de ciudadanía corporativa, nos centramos claramente en promover la sostenibilidad medioambiental y la cohesión social.

Con nuestra **estrategia de ciudadanía** corporativa, nos centramos claramente en promover la **sostenibilidad** medioambiental y la responsabilidad social. Estamos convencidos firmemente de que el acceso a la educación en estos ámbitos será crucial para afrontar los grandes retos de nuestro tiempo y contribuir a una mayor estabilidad, prosperidad y cohesión social. Esto se basa en la opinión de que las grandes ideas y la creatividad están distribuidos uniformemente por todo el mundo; las oportunidades, en cambio, no lo están. Defendemos una sociedad que respeta los derechos humanos, crea en la educación para un futuro mejor y donde la discriminación no tenga cabida.

Al realizar donaciones, no esperamos obtener compensaciones.

Las **donaciones** se realizan solo a aquellas organizaciones que hayan sido reconocidas como instituciones benéficas. Nuestros donativos no persiguen ningún interés económico. Es decir, no solicitamos ni esperamos compensaciones. **Patrocinamos** actividades para influir positivamente en la imagen y la reputación de nuestra empresa por medio de publicidad en entornos públicos.

Los patrocinios con organizaciones políticas y las donaciones a las mismas están sujetos a aprobación.

Cumplimos las leyes y regulaciones internas pertinentes en materia de donaciones, patrocinios y actividades benéficas. Las donaciones y otras gratificaciones, así como los patrocinios y otras ventajas económicas que Mercedes-Benz concede a **organizaciones políticas** (p. ej., partidos políticos e instituciones gubernamentales), deben obtener una aprobación especial. Además, las donaciones a partidos se someten a autorización por parte de la Junta Directiva de Mercedes-Benz AG. Las **gratificaciones** en el ámbito político requieren también un proceso de aprobación especial.

Apoyamos el trabajo voluntario de nuestros empleados.

Participación voluntaria

La **participación voluntaria** contribuye a la cohesión social. Como empresa que se toma en serio su responsabilidad ante la sociedad, acogemos con agrado y apoyamos las **actividades de voluntariado** de nuestros empleados. No importa si las actividades son socialmente caritativas, sociales y político-democráticas.

Digitalización

La digitalización crea nuevas oportunidades que queremos aprovechar de forma responsable.

Solo utilizamos datos personales en la medida en que nos lo permiten las leyes y las partes implicadas.

Tratamiento de datos

Con la digitalización y la transformación hacia la movilidad sostenible, están surgiendo nuevos procesos de trabajo, áreas de negocio y conceptos de movilidad. Los datos hacen posible servicios innovadores que ofrecen un valor añadido a nuestros clientes y trabajadores. Los principios de nuestra [declaración de misión de datos](#) describen cómo queremos aprovechar las oportunidades futuras y centrarnos en las necesidades de nuestros clientes y empleados:

- Potencial empresarial
- Valor añadido para el cliente y los empleados
- Calidad de datos
- Transparencia
- Posibilidad de elegir
- Seguridad de datos y
- Ética de datos.

Generamos confianza entre nuestros empleados, socios comerciales y clientes respetando la protección de datos como derecho personal. Por eso, solo tratamos y utilizamos [datos personales](#) en la medida en que nos lo permiten las leyes, regulaciones, nuestros propios principios del [modelo de datos](#) y las partes afectadas.



Tratamiento de datos

La digitalización abre la puerta a nuevas oportunidades que deseamos aprovechar con responsabilidad.

Nuestros empleados, socios comerciales y clientes deben poder confiar en que sus datos están seguros con nosotros.

Estos principios van más allá de la protección de datos y describen un tratamiento de datos responsable y conforme a la legislación, incluso cuando no se trata de datos de carácter personal. Prestamos atención a la protección de datos desde el principio, los analizamos de manera inteligente y los almacenamos, compartimos y utilizamos con responsabilidad. Debemos ofrecer a nuestros empleados, socios comerciales y clientes la debida **transparencia** en cuanto al tratamiento de sus datos, y deben poder elegir el uso que se hace de los mismos.

Protegemos los datos de nuestros empleados, socios comerciales y clientes contra el acceso de terceros.

Las personas que nos transmiten datos deben poder confiar en que estos se encuentran a salvo con nosotros. Todos los empleados asumen la responsabilidad de proteger los **datos personales** del acceso no autorizado por parte de terceros y de tomar las medidas preventivas necesarias para evitar un uso indebido.

Las redes sociales refuerzan cada vez más el discurso público.

No toleramos ningún tipo de publicación difamatoria, ofensiva o discriminatoria en las redes sociales.

Redes sociales

Las redes sociales desempeñan un papel cada vez más importante en el discurso público. Nosotros también utilizamos las redes sociales y nuestros propios canales sociales para comunicarnos con nuestros empleados, socios comerciales, clientes y con el público.

Somos una empresa abierta al mundo y activa a nivel global. Como se describe en nuestros **principios corporativos**, la **integridad**, el **aprecio y el respeto** son elementales para nosotros. Esto se aplica igualmente a la protección de la privacidad de nuestros empleados. No toleramos publicaciones difamatorias, ofensivas o discriminatorias en los medios sociales.

Entre otras, son inaceptables las publicaciones que:

- Reproduzcan contenidos contrarios a la Constitución alemana
- Violar la dignidad de los demás
- Pongan en peligro la paz de la empresa
- desacrediten nuestra reputación o la de nuestros empleados o
- tensen la relación con las partes interesadas clave, como organizaciones, proveedores o accionistas.

La inteligencia artificial persigue la automatización de aptitudes inteligentes.

Inteligencia artificial

La [inteligencia artificial \(IA\)](#) comprende diferentes métodos con los que se pretende automatizar habilidades inteligentes. Hoy en día, el concepto más amplio de «IA» se emplea, en un sentido más estricto, para los progresos actuales en el ámbito del aprendizaje automático. La IA ya forma parte de nuestros productos y procesos y tendrá un impacto cada vez mayor en nuestros productos y formas de trabajar en el futuro.

Para que las posibilidades de la [inteligencia artificial](#) resulten sostenibles para nosotros, seguimos unos exigentes principios en cuanto a la IA. Entre ellos se encuentran los principios éticos y legales para el desarrollo y uso de la [inteligencia artificial](#). Así, apostamos por un uso responsable de la [inteligencia artificial](#), así como por la comprensibilidad, la protección de la privacidad, la seguridad y la fiabilidad.



Inteligencia artificial

Diseñamos y utilizamos IA de forma responsable.

04 Cumplimiento del Código de Integridad



Todos los empleados deben conocer y cumplir el contenido de esta política.

Nuestros socios comerciales también deberán cumplir este código.

Ámbito de aplicación

Este Código de Integridad se aplica a todos los empleados. Todos los empleados deberán familiarizarse con el contenido de este Código de Conducta, conocerlo y actuar en consecuencia. Si existen directrices específicas u otras regulaciones, estas serán vinculantes.

De igual modo, esperamos que nuestros **socios comerciales** conozcan este código y se adhieran a él. Quien no comparta los principios fundamentales de este Código de Integridad, no podrá ser nuestro socio comercial.

Mercedes-Benz espera que sus directivos estén a la altura de su función de modelo.

Expectativas con respecto a nuestros directivos

Para lograr un comportamiento responsable, necesitamos directivos responsables. Por ello, Mercedes-Benz espera que los directivos de todos los niveles estén a la altura de su **función de modelo** mediante su comportamiento íntegro y, de este modo, orienten a los empleados. Nuestros directivos se esfuerzan por lograr excelentes resultados laborales. Para ello, se aseguran en todo momento de respetar nuestros **principios empresariales y normas de conducta**, así como las disposiciones de este código. En este contexto, son un ejemplo inspirador para su equipo.

Los directivos promueven una cultura de respeto mutuo.

La actitud de nuestros directivos muestra **aprecio** por empleados y promueve un sentimiento de cohesión en el equipo. Crean la base de conocimiento adecuada para sus empleados y los capacitan para asumir responsabilidad. Los líderes explican el trasfondo de las decisiones a los miembros de su equipo para alcanzar los objetivos conjuntamente. Promueven una cultura de respeto mutuo.

Como individuos y como organización, queremos aprender de los errores.

Actitud ante los errores

Aprender de los errores como individuos y como organización forma parte de nuestra esencia. Por eso, adoptamos una actitud transparente y abierta con respecto a los errores y compartimos nuestras experiencias para hacer posible el desarrollo y la innovación.

Nuestra actitud ante los errores favorece la honestidad, la justicia y la confianza.

Un requisito para ello es desarrollar nuestra cultura empresarial de manera que las decisiones erróneas se detecten, se comenten y se corrijan. Nos corresponde a todos asumir responsabilidad y lograr, o exigir, un entorno de trabajo en el que los empleados no tengan reparos a la hora de abordar posibles errores. Los empleados que exponen errores reciben un trato justo y responsable por nuestra parte.

Cuando observamos infracciones de las normas, no dudamos en reaccionar.

Actitud ante las infracciones

Las infracciones de las leyes, directivas y otros reglamentos pueden acarrear **enormes daños económicos**, riesgos penales y multas para Mercedes-Benz y sus empleados, así como **daños a su imagen y reputación**, la no concesión de permisos y la exclusión de los mercados nacionales. Por lo tanto, las infracciones deben ser reconocidas a tiempo para evitar daños a Mercedes-Benz y a sus empleados y socios comerciales y para garantizar una cooperación justa. Si, como empleados, observamos una infracción de las normas o tenemos motivos para sospechar que puede haber una infracción en Mercedes-Benz o en nuestros socios comerciales, no dudamos en plantearlo.

Nuestro sistema de información BPO está abierto a todos los empleados, socios comerciales y terceros.

El **Sistema de denuncia de irregularidades BPO (Oficina de Prácticas Comerciales)** está abierta a todos los empleados, socios comerciales y terceros que quieran plantear infracciones de normas con un **alto riesgo** para la empresa y sus empleados. Entre las infracciones de **alto riesgo** de la normativa se encuentran, por ejemplo, los delitos de corrupción, la legislación de defensa de la competencia y el blanqueo de capitales, las violaciones de los derechos humanos y el incumplimiento de las especificaciones técnicas o la normativa medioambiental. Puede contactar con la **BPO** en bpo@mercedes-benz.com

La confidencialidad y la justicia son los principios más importantes de la BPO.

Si los trabajadores quieren abordar las infracciones de bajo riesgo, hay **otros puntos de contacto** a su disposición para hacerlo.

La **BPO** acompaña el tratamiento de las notificaciones hasta la finalización del procedimiento. Durante este proceso, la **BPO** garantiza la máxima **confidencialidad**. Además, nuestro sistema de información otorga un gran valor a la justicia, tanto en el tratamiento de los informadores como de los empleados que son objeto de una acusación. En este contexto, se garantiza en todo momento el principio de proporcionalidad y, en cada caso individual, se verifica que las consecuencias sean adecuadas, necesarias y razonables.

Asesoramiento y ayuda

Los empleados pueden encontrar información más detallada sobre este código en nuestra Intranet.

Este Código de Integridad no puede dar respuestas concretas a todas las preguntas y situaciones posibles. Si tiene dudas y necesita orientación en su actividad laboral diaria, podrá encontrar información más detallada y personas de contacto en la **página web «Nuestro Código de Integridad»**, en la Intranet.

Si tiene alguna pregunta sobre la integridad o esta política, póngase en contacto con el **Punto de Información sobre la Integridad** en info.integrity@mercedes-benz.com para que le asesoren.

05 Glosario



Acoso Prácticas continuas sucesivas o generalizadas de hostilidad, vejación o discriminación que perjudican a la persona afectada.

Balance medioambiental y energético Relación de utilidades y consumo energético, sobre todo en referencia a su impacto en el medio ambiente.

Blanqueo de capitales Tráfico de dinero adquirido ilegalmente en el circuito económico legal.

Business Practices Office (BPO) El sistema de comunicaciones confidenciales BPO (Business Practices Office) de Mercedes-Benz está abierto a todos los empleados, socios y terceros para tratar los riesgos e infracciones con alto riesgo. Las infracciones de alto riesgo incluyen, por ejemplo, delitos de corrupción, delitos bajo la legislación antimonopolio y blanqueo de capitales, así como violaciones de los derechos humanos y violaciones de las especificaciones técnicas o de la normativa medioambiental.

Ciclo de vida Todas las fases por las que pasa un producto: desde la cadena de suministro pasando por nuestra propia producción, y hasta el uso y la eliminación final de los vehículos.

| | |
|-----------------------------------|---|
| Comercio interno | Mercado de valores en el que un inversor utiliza la información que no se haya divulgado públicamente y puede influir considerablemente en el precio de los bonos en el momento de la publicación y esta información supone ventajas con respecto al resto de inversores. |
| Comprobación de integridad | Se supervisa si socios comerciales potenciales y existentes cumplen con las medidas de valores de Mercedes-Benz y que, por ejemplo, no utilicen métodos ilegales o inadecuados. |
| Comunicación ad hoc | Notificación pública de una empresa que cotiza en bolsa. En este comunicado se notifica la información interna, es decir, los datos que afectan a la empresa a la que se le envía la notificación y que pueden influir a la cotización en bolsa de los bonos de la compañía en cuestión. |
| Conflicto de intereses | Los conflictos de intereses podrían producirse si los intereses personales o financieros de una persona chocan con los objetivos de Mercedes-Benz o de los socios comerciales. Si no se puede solucionar un conflicto de interés, puede ser razón para que no le esté permitido desempeñarse una actividad o cargo. Algunos ejemplos de casos que pueden provocar un conflicto de interés: regalos, invitaciones, actividades secundarias, participación en órganos de administración de otras empresas y participaciones en concursos. |

| | |
|----------------------------------|---|
| Conformidad regulatoria | La conformidad regulatoria en el contexto de la seguridad de productos y el cumplimiento de normativas técnicas indica el cumplimiento de exigencias legales a nivel nacional o internacional, normas y estándares técnicos y el estado de la ciencia y técnica, además de las directivas internas de Mercedes-Benz Group estipuladas en los requisitos técnicos. |
| Consejo de administración | El órgano de control más importante de Mercedes-Benz Group, que supervisa a la dirección y al consejo en su cargo principal. |
| Corrupción | Abuso de un cargo o posición laboral para obtener beneficios. Un ejemplo claro de corrupción es el soborno. |
| Daños de reputación | Daños desde el punto de vista público a una persona o empresa. Las negociaciones de daños de reputación serían incurridas, por ejemplo, en leyes, normas internas y externas y contratos. Las presuntas infracciones, el comercio interno y soborno pueden causar muchos riesgos. |
| Datos personales | Toda la información relacionada directa o indirectamente con una persona física. Serían, por ejemplo, el nombre, dirección y la edad. |

| | |
|---|--|
| Declaración relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo | La "Declaración de Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo" fue adoptada en la 86ª Conferencia Internacional del Trabajo de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) en 1998. Las normas fundamentales del trabajo de la OIT han recibido un impulso político especial con la Declaración. Esto significa que todos los Estados miembros de la OIT están explícitamente comprometidos con estas normas laborales fundamentales. |
| Desperdicio | Utilización imprudente y desmesurada de recursos (empresariales). |
| Discriminación | El uso de categorías (como, por ejemplo, el origen social, género, color de piel, creencia religiosa, etc.) para generar, fundar o justificar tratos desiguales sin motivo fundado. |
| Diseño | Un diseño es un derecho de propiedad industrial que confiere a su titular un derecho exclusivo de utilización de una apariencia estética (figura, color, forma) para determinados productos y abarca el diseño exterior de productos bidimensionales o tridimensionales o de interfaces gráficas de usuario o partes de los mismos. |
| Diversidad | Variedad de personas en cuanto a género, edad, origen, orientación sexual u otros rasgos. |

| | |
|--|--|
| Estado del arte de la ciencia y la tecnología | El estado del arte de la ciencia y la tecnología debe entenderse como el epítome de los conocimientos disponibles en el ámbito científico, es decir, la suma de la ciencia y la tecnología generalmente reconocida y generalmente disponible. Por lo tanto, lo importante no son los avances científicos y técnicos de cada uno de los fabricantes, sino el estado de la ciencia y la tecnología, que puede trascender las fronteras nacionales. |
|--|--|

| | |
|---|--|
| Estatuto Internacional de los Derechos Humanos | Constituido por la Declaración Universal de Derechos Humanos, el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos y sus dos Protocolos Adicionales, y el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales. |
|---|--|

| | |
|------------------------------------|---|
| Financiación del terrorismo | Suministro de activos (legales e ilegales) a personas, organizaciones o empresas del entorno terrorista, generalmente incluidas en la lista de sanciones, que pueden ser utilizadas para llevar a cabo actividades terroristas. |
|------------------------------------|---|

| | |
|--|---|
| Global Compact de las Naciones Unidas | El Global Compact o Pacto Mundial es una iniciativa de las Naciones Unidas fundada en el año 2000 que formula diez principios para una globalización justa, ambiental y socialmente responsable. En total, más de 13.000 empresas son partícipes de esta iniciativa. Nuestra empresa es un participante fundador del Global Compact de las Naciones Unidas. |
|--|---|

- Influencia desmedida** Ejercicio de influencia sobre una persona en forma de gratificación (por ejemplo, regalos materiales o monetarios).
- Igualdad de oportunidades** Todos los empleados aplican, fomentan y desarrollan sus competencias, capacidades y servicios como corresponde e independientemente de su género, edad, origen, religión o cualquier otra característica individual.
- Inclusión** La gestión consciente, inclusiva y abierta con diversidad y con el objetivo de la integración y el trato equitativo de todos los empleados.
- Inteligencia artificial** No existe una única definición de inteligencia artificial (IA) universalmente aceptada. Nosotros entendemos el concepto de la siguiente forma: «La inteligencia artificial comprende diferentes métodos con los que se pretende automatizar habilidades inteligentes. Hoy en día, el concepto más amplio de «IA» se emplea, en un sentido más estricto, para los progresos actuales en el ámbito del aprendizaje automático. El aprendizaje automático constituye un subgrupo de métodos de la IA y se basa en procedimientos matemáticos que encuentran patrones complejos en conjuntos de datos. Estos sistemas pueden aprender a través de algoritmos y datos. Asimismo, el Deep Learning (DL) o “Aprendizaje Profundo” es un ámbito del aprendizaje

automático que permite encontrar patrones complejos en conjuntos de datos de gran tamaño mediante redes neuronales (profundas)». Los sistemas DL pueden generalmente hacer predicciones de alta calidad, pero son más complejos.

- Marca** Las marcas son distintivos por los que se diferencian los productos y servicios de las empresas. Como marca, podríamos inscribir marcas en el registro del DPMA (Ministerio alemán de patentes y marcas), entre otras cosas, palabras y pictogramas, sonidos, diseños tridimensionales, colores y otros símbolos, mientras puedan representarse gráficamente. La duración de protección de una marca alemana es de diez años y normalmente puede prolongarse.

- Modelo de datos** El modelo de datos que aplica Mercedes-Benz al tratamiento de datos. Significa lo siguiente: «Apostamos por modelos comerciales sostenibles y basados en datos. Por eso, las necesidades de nuestros clientes y empleados son prioritarias y tratamos los datos con total responsabilidad.» Para ello, tenemos en cuenta siete principios: potencial comercial, valor añadido para el cliente, calidad de datos, transparencia, opción de elegir, seguridad de datos, ética de datos.

Normas Laborales Fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT)

Normas sociales elaboradas por la Organización Internacional del Trabajo (OIT) en el marco del orden comercial mundial para garantizar condiciones de trabajo dignas y protección laboral.

One Voice Policy

Principios unificados para la comunicación externa. El objetivo de la One Voice Policy es asegurar una comunicación coherente y convincente en todo el Grupo, basada en principios unificados para la publicación. Por tanto, los empleados autorizados para contacto con los medios solo deben publicar la información permitida por el área de comunicación. Se excluyen los medios de comunicación de apoyo a las ventas que son responsabilidad de las áreas de marketing, tales como los catálogos o las listas de precios.

Obsequios

Término general para regalos e invitaciones.

Otros puntos de contacto

Para comunicar infracciones con riesgo reducido, los empleados tienen a su disposición a, por ejemplo, sus superiores, el área de personal responsable, el área de seguridad del Grupo o los representantes de los intereses de la empresa.

Participación voluntaria

Cualquier actividad voluntaria y gratuita que servirá al bien común.

Patente

Derecho de propiedad industrial concedido para una invención técnica que se registra para productos y procesos.

Principios empresariales y normas de conducta

Los principios empresariales son directrices básicas que describen nuestra autoconciencia. Proporcionan orientación a los empleados en las actuaciones de cada día y deben cumplirse y aplicarse en su conjunto.

Las normas de conducta son reglas específicas y vinculantes para todos los empleados. Están en armonía con los principios empresariales y las directrices obligatorias internas y externas.

Principios rectores de las Naciones Unidas sobre las empresas y los derechos humanos

Los Principios rectores de la ONU sobre las empresas y los derechos humanos constituyen un marco de referencia internacional para evitar vulneraciones de los derechos humanos en el contexto de actividades comerciales. También tratan la responsabilidad de las empresas comerciales.

- Redes sociales** El término «Redes sociales» hace referencia a plataformas y redes donde usuarios privados, pero también organismos públicos y empresas tienen la opción de intercambiar sus contenidos y publicaciones, como por ejemplo fotografías, vídeos, pero también informes de experiencia, u opiniones. También pueden compartir contenidos externos, y comentarlos o valorarlos.
- Sanción** Medida estatal de derecho internacional contra personas, organizaciones o empresas de otros Estados para castigar o ejercer presión. Las sanciones típicas incluyen prohibiciones comerciales, que se incluyen en las listas de sanciones internacionales y nacionales.
- Sostenibilidad** Modalidad de trabajo basada en el presente y en el futuro con el objetivo de crear armonía en aspectos económicos, ecológicos y sociales.
- Speak-up culture (cultura de comunicación)** Cultura de la empresa donde se comunican las inseguridades y riesgos potenciales de los puntos de contacto correspondientes. Se alienta a cada persona a que exprese libremente su opinión y también sus críticas.

Se aplica la versión disponible actualmente en la Base de Datos de Regulaciones Unificada (ERD), en la Social Intranet.

Mercedes-Benz Group AG
Mercedesstraße 120
70372 Stuttgart
Germany

www.mercedes-benz.com

Versión de enero de 2023