



***BALANCE DE
SUSTENTABILIDAD
MICHELIN AMÉRICA DEL SUR
2021***



[RESUMEN]

1

TODO SOSTENIBLE

- 1.1 Acerca de Michelin
- 1.2 Carta del Presidente
- 1.3 Ambiciones 2030

2

PERSONAS

- 2.1 Programas Internos
- 2.2 Comunidad
- 2.3 Diversidad e Inclusión

3

PLANETA

- 3.1 Clima
- 3.2 Economía Circular
- 3.3 Biodiversidad
- 3.4 Acciones Sostenibles

4

DESEMPEÑO FINANCIERO

- 4.1 Números (resultados de 2021)
- 4.2 Premios y Reconocimientos

5

HACIA 2050: UNA INVITACIÓN AL FUTURO

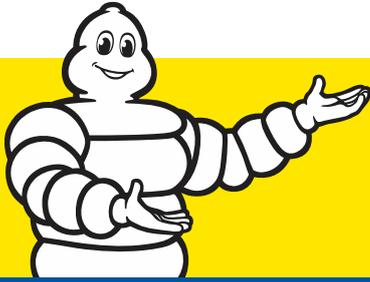
- 5.1 Proyectos Tecnológicos y de Innovación



[*TODO SOSTENIBLE*]



[1.1 ACERCA DE MICHELIN]



LÍDER MUNDIAL EN LA FABRICACIÓN DE NEUMÁTICOS

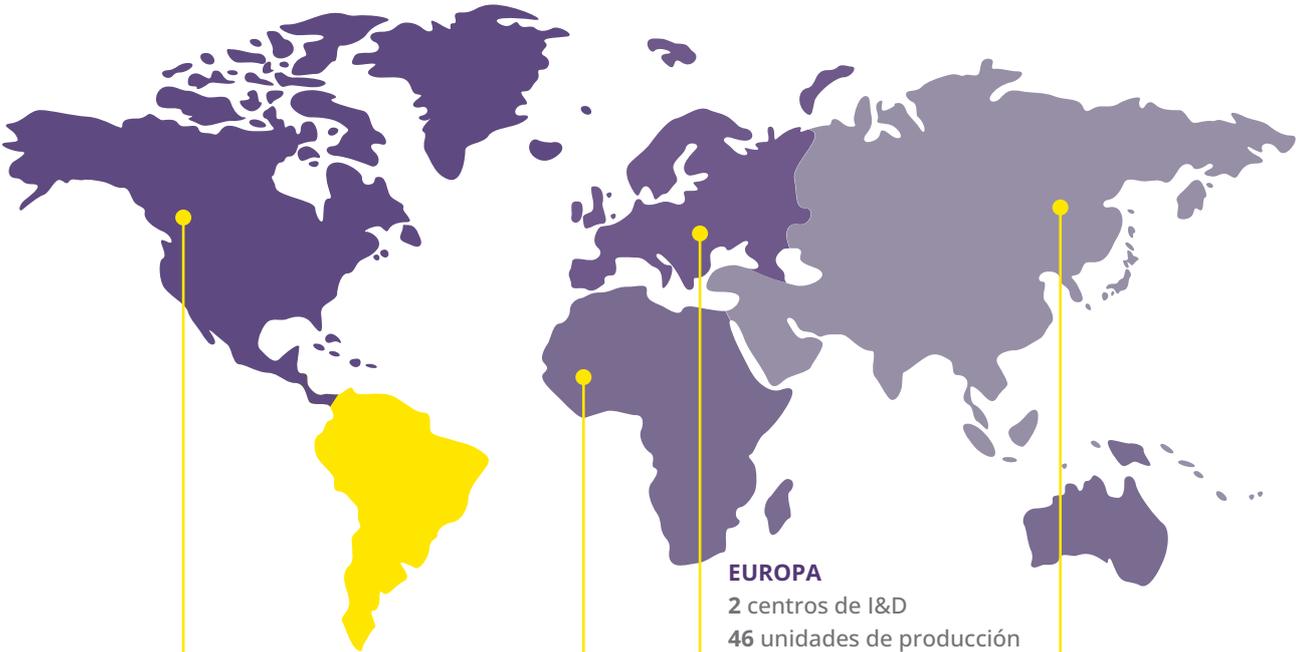
- 130 años de historia e innovación
- 40 años con presencia industrial en Brasil
- 124.570 colaboradores en todo el mundo



AMÉRICA DEL SUR

- 1 centro de I&D
- 6 unidades de producción
- 2 unidades de procesamiento de caucho natural
- 8.570 colaboradores (más de 5 mil en Brasil, sede de la empresa en la región)
- 1.342 revendedores

OTRAS 121 INSTALACIONES DE PRODUCCIÓN EN TODO EL MUNDO



AMÉRICA DEL NORTE

- 1 centro de I&D
- 39 unidades de producción
- 2.3 mil distribuidores
- 23 mil colaboradores

EUROPA

- 2 centros de I&D
- 46 unidades de producción
- 3 mil distribuidores
- 67 mil colaboradores

ÁFRICA

- 1 centro de I&D
- 4 unidades de producción
- 250 distribuidores
- 7 mil colaboradores

ASIA

- 4 centros de I&D
- 32 unidades de producción
- 2 mil distribuidores
- 19 mil colaboradores



[1.2 CARTA DEL PRESIDENTE]

Estimados y estimadas,

El futuro impredecible está en gestión hoy. Justo ahora, mientras tú estás leyendo este texto.

Exactamente en este año, 2022, el segundo año de la llamada década de la implementación – del Acuerdo de París y de la Agenda 2030 – cuando corremos contra el reloj para evitar una colisión fatal con todas las predicciones científicas que muestran la imposibilidad de mantener los modelos obsoletos de producción industrial. Este futuro está en formación. Él no nos espera más adelante. No está listo. Depende de acciones inmediatas de los gobiernos, empresas y ciudadanos para que se pueda construir de manera más viable y amigable, basado en el desarrollo sostenible capaz de satisfacer las necesidades de las personas, sin comprometer los recursos naturales. El futuro que estamos construyendo debe centrarse en este equilibrio. Y es en este futuro que yo creo.

Desde lo alto de sus 100 años, el filósofo Edgar Morin escribió en su reciente libro que trata de las lecciones que se deben aprender de la pandemia provocada por el coronavirus, sobre la inefable esperanza que debe movernos en la construcción de ese nuevo camino para el futuro. “La esperanza no es seguridad. Ella trae la conciencia de los peligros y de las amenazas, pero también nos hace tomar posición y hacer apuestas”.

Es en esta esperanza consciente y constante que Michelin está construyendo su futuro. Un futuro totalmente sostenible. Un futuro que aquí en Michelin ya ha comenzado, como lo podrás verificar a lo largo de este balance de las actividades de nuestras acciones sostenibles.

**ES EN ESTA ESPERANZA
CONSCIENTE Y CONSTANTE
QUE MICHELIN ESTÁ
CONSTRUYENDO SU FUTURO.
UN FUTURO TOTALMENTE
SOSTENIBLE”**

Nuestra estrategia implica un crecimiento profundamente equilibrado entre las personas, el planeta y el desempeño financiero. Es en esta tríada que basamos la estrategia global “Todo Sostenible”, que nos guiará en la reducción de las emisiones de carbono del Grupo, en el fomento de la diversidad y de la inclusión en nuestros equipos de empleados e incluso de proveedores y asociados, y en el drástico aumento de la adopción de materias primas sostenibles en todos nuestros productos, agregando valor a nuestros clientes y a la sociedad.

Todas nuestras acciones, por supuesto, estarán guiadas para asegurar el valor económico, la fortaleza de la marca Michelin y la innovación en productos, servicios y soluciones enfocadas a nuestros clientes, así como el análisis constante de nuestra huella ambiental y el ciclo de vida de los productos.

En el contexto brasileño, cumplimos 40 años de presencia industrial en territorio nacional con tres de nuestros principales complejos industriales, en Rio de Janeiro y en São Paulo, contando con energía eléctrica un 100% renovable desde enero del 2021. La iniciativa ya ha reducido las emisiones de CO₂ en un 40%.



También, asumimos el compromiso con metas de neutralidad de carbono para el 2050 y firmamos el documento en defensa de una agenda de desarrollo sostenible encabezado por el Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible (CEBDS).

Además de eso, los neumáticos producidos en nuestras unidades industriales de Itatiaia y Campos Grande, en Rio de Janeiro, ya salen de fábrica con el Sello Nacional de Agricultura Familiar (SENAF) dado por el Ministerio de la Agricultura, Ganadería y Abastecimiento. Los neumáticos tienen en su composición caucho natural, beneficiados (procesados) en Bahía y en Espírito Santo. Además del universo industrial, la Reserva Ecológica Michelin - área protegida de 3.096 hectáreas en Bahía - invierte en restauración de la Mata Atlántica, investigación sobre la biodiversidad y programas de educación ambiental.

Todo está conectado de forma sistemática. Estamos trabajando para alcanzar una economía circular ecológicamente viable, con una reducción en el consumo de carbono, energía y recursos naturales. En nuestra tríada para el futuro, cuidamos el planeta para que él cuide a las personas, las personas cuiden de los negocios, y los negocios cuiden del planeta y de las personas.

Somos el bosque, que nos da su caucho. Somos las carreteras, que exploramos, y los cohetes, que llevan a nuestros astronautas al espacio. Somos los platos, que enumeramos en nuestra guía, o completamos con el alimento cosechado por nuestra flota agrícola. Somos la tecnología. La que existe y la que está por venir. Somos también la experiencia centenaria, que proporciona la calidad de siempre en cada producto, en cada servicio.

Más que todo eso, somos nuestra gente, nuestro equipo cada vez más diverso e inclusivo. Somos el futuro. En gestación hoy.

¡Buena lectura!



Feliciano Almeida
PRESIDENTE DE MICHELIN
AMÉRICA DEL SUR



[1.3 AMBICIONES 2030]

Presentar un informe de actividad es una forma de prepararse para el futuro. En la experiencia de realización, alcanzamos metas, corregimos rutas y nos preparamos para nuevos vuelos.

En 2021, un año aún vivido con la presencia de la pandemia del Covid-19, renovamos nuestro compromiso con las personas, nuestro bien mayor, y avanzamos en la búsqueda de un mejor equilibrio entre personas, medio ambiente y resultados, siempre con el foco en el trípode anclado sobre los tres Ps:



People



Planet



Profit

personas, planeta y desempeño financiero, que guían nuestra visión de sustentabilidad.

Con la mirada puesta en este futuro que estamos construyendo, Florent Menegaux, CEO del Grupo Michelin, presentó en abril de 2021 la visión Todo Sostenible, que guía el plan estratégico del grupo y las ambiciones para 2030, Michelin en Movimiento, basadas en 12 puntos que abarcan el trípode social, medioambiental y económico – que van desde la seguridad de los trabajadores hasta garantizar el uso de un 40% de materias primas sostenibles en la fabricación de neumáticos en 2030, hasta llegar al 100% en 2050. De ahí el nombre 'Todo Sostenible'.

En la producción, por ejemplo, además del caucho natural, procesado en Bahía y Espíritu Santo, nuestros neumáticos ya comienzan a contar con componentes como aceite de girasol, cáscara de naranja y pino, que brindan desempeño, comodidad y seguridad, con menor impacto ambiental. Otros componentes sostenibles, como la silicona de origen vegetal, también forman parte de la producción.

Entre nuestras ambiciones está ser cada vez más eficientes en el consumo de agua y energía, lo que nos permitirá reducir las emisiones de carbono en un 50% en 2030, con respecto a 2010, y convertirnos en un referente mundial en huella ambiental de instalaciones industriales.

Todo ello asegurando un crecimiento medio del 5% anual en ventas, manteniendo la creación de valor permanente para nuestros clientes y logrando el creciente compromiso de nuestros colaboradores en un entorno diverso e incluyente.

Estos indicadores son la pavimentación del camino que pretendemos alcanzar en 2050, cuando queremos que Michelin sea reconocida como líder en la innovación que habrá ayudado a la humanidad a conquistar nuevas fronteras.



AMBICIONES 2030

Lograr el estándar global de compromiso de los colaboradores:

Tasa de compromiso > 85%

Obtener estándar global en seguridad laboral:

TCIR (1) <0,5

Lograr estándar en diversidad e inclusión de colaboradores:

IMDI (2) 80/100 puntos

Liderar la industria en la creación de valor para el cliente

- Partner NPS (3)
- Cliente final NPS (3)
- Hasta 10 puntos vs. 2020
- Hasta 5 puntos vs. 2020

Impulsar un crecimiento significativo de las ventas, especialmente en segmentos distintos de la fabricación y distribución de neumáticos:

Crecimiento promedio de ventas por año, 2023 a 2030: **el 5%**

Porcentaje de ventas consolidadas de negocios distintos a la fabricación y distribución de neumáticos **entre el 20% y 30%**

Crear continuamente valor ROCE (4) > 10,5%

Mantener la fuerza del cociente de vitalidad de la marca Michelin (5):

Hasta 5 puntos vs. 2021

Mantener el ritmo sostenido de innovación de productos y servicios:

Índice de vitalidad del producto/oferta (6) > 30%

Lograr la neutralidad de carbono en la fabricación y la energía:

Para 2050

Emisiones de CO₂ de alcance 1 y 2

Reducción del 50% en comparación con 2010

Ayudar a lograr la neutralidad de carbono en el uso de productos energéticamente eficientes (alcance 3):

Hasta un 10% vs. 2020

Establecer el estándar global para la huella ambiental de las instalaciones de fabricación i-MEP (7)

Por debajo de un tercio vs. 2020

Asegurarse de que los neumáticos estén fabricados íntegramente con materiales sostenibles :

Tasa de material sostenible: 40%

- (1) Tasa de Incidencia Total de Casos: el número de accidentes y casos de enfermedades profesionales registrados por cada 200 mil horas trabajadas
- (2) Indicador de gestión de diversidad e inclusión
- (3) En 2021, se crearán dos indicadores compuestos: El NPS Cliente Final, un promedio ponderado de clusters de consumidores y clientes empresariales. El NPS Partner, un promedio ponderado de los clusters de OEMs y revendedores de negocios
- (4) En el cálculo del ROCE consolidado, se suma a los activos económicos el goodwill, los activos intangibles adquiridos y la participación en empresas contabilizadas por el método de la participación. El beneficio neto después de impuestos (NOPAT) incluye la amortización de los intangibles adquiridos (activos), así como las ganancias de las empresas contabilizadas por participación.
- (5) Indicador compuesto utilizado para medir la vitalidad de la marca
- (6) Porcentaje de ventas de productos y servicios introducidos en los últimos tres años
- (7) El indicador Industrial Michelin Rendimiento Ambiental (i-MEP) se utilizará para realizar un seguimiento de los impactos ambientales de las operaciones de fabricación del grupo durante los próximos diez años. Esto hará que estos impactos sean más fáciles de comprender, centrándose en cinco áreas prioritarias: uso de energía, emisiones de CO₂, uso de solvente orgánico, retirada de agua y desechos.



PALANCAS

Para que la estrategia Michelin En Movimiento pueda despegar, contamos con una serie de palancas que garantizan la solidez y el enfoque de nuestros movimientos.

Nuestro plan se basa en seis palancas de transformación, que integran iniciativas ya existentes y otras nuevas.

CLIENTE EN EL CENTRO



Colocar al cliente en el centro de nuestras decisiones y acciones, brindándole una experiencia acorde con la calidad de nuestros productos.

YO SOY MICHELIN



Ser un equipo responsable, capaz de desempeñar un papel activo en la empresa para maximizar el poder de la inteligencia colectiva.

AGILE MICHELIN



Simplificar para ganar agilidad y competitividad, de forma sostenible.

ACELERAR LA INNOVACIÓN



Creer en nuevas áreas y operar de manera cada vez más eficiente, aprovechando los ecosistemas externos y las asociaciones para acelerar la innovación.

EMPRESA ORIENTADA A DATOS



Capturar, controlar y usar datos para mejorar la toma de decisiones, ofreciendo mejores soluciones para empleados, clientes y socios.

TODOS POR EL MEDIO AMBIENTE



Reducir nuestra huella ambiental, generando un impacto positivo en el planeta, protegiendo la biodiversidad y los recursos hídricos.



***RAZÓN DE SER:
BRINDAR A LAS PERSONAS LA MEJOR
MANERA DE LLEGAR MÁS LEJOS***

***RESPECTO: INGREDIENTE ESENCIAL
PARA ACCIONES SOSTENIBLES***

CINCO VALORES FUNDAMENTALES SUSTENTAN LAS ESTRATEGIAS Y ACCIONES PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS 2030 Y AMPLIAR LAS INICIATIVAS HACIA EL 2050:



RESPECTO POR LOS CLIENTES

Innovar implacablemente para el éxito del cliente y establecer prioridades en consecuencia.



RESPECTO POR LAS PERSONAS

Cuidar de cada persona dentro y fuera de la empresa, ganando la confianza a través de la integridad.



RESPECTO A LOS ACCIONISTAS

Esforzarse por ganar y mantener la confianza y actuar para crear valor sostenible para los accionistas.



RESPECTO POR EL MEDIO AMBIENTE

Todos somos interdependientes. Por ello, la empresa trabaja por el desarrollo sostenible de sus socios, la sociedad y el planeta.



RESPECTO A LOS HECHOS

Utilizar la verdad de los hechos para aprender, desafiar honestamente creencias y definir acciones con agilidad.



[PERSONAS]



EN EL CENTRO ESTÁN LAS PERSONAS. EN LOS EXTREMOS ESTÁN LAS PERSONAS.

Lo que nos mueve, mueve nuestros engranajes y hace realidad nuestro negocio son las personas. Y es desde esta comprensión de la importancia de las personas para Michelin que incluimos entre nuestras prioridades las actuaciones en el ámbito social en la tríada ESG (environmental, social and governance - ambiental, social y gobernanza) dentro y fuera de la compañía.

Valorar a las personas implica apoyar las comunidades que rodean nuestras instalaciones o se ven afectadas por ellas. También implica enfocarnos en los clientes, en la calidad de entrega que buscamos tener en la venta y posventa, generando la mejor experiencia para este público. Y, por supuesto, pasa por programas internos destinados a la formación de los colaboradores, programas de motivación e incentivos al desarrollo profesional, además de priorizar la seguridad en los programas de reducción de riesgos. No en vano, en 2021, alcanzamos una tasa de compromiso de nuestros colaboradores en Sudamérica igual al 86%, superando la meta establecida para 2030.

El consenso casi común de que los entornos laborales diversos son beneficiosos y esenciales para los negocios ha generado una acción positiva en todo el mundo corporativo, y dentro de Michelin esta realidad crece continuamente. Acogido por la empresa y unido por los valores que han sido nuestros pilares durante más de un siglo, el equipo de colaboradores es responsable de la confianza sin igual que nuestra marca inspira cada vez más en todo el mundo. Los colaboradores, proveedores, socios y clientes saben que no renunciamos a las acciones sostenibles para crear valor “con, alrededor y más allá de los neumáticos”. Por eso, la confianza tan presente impregnando nuestra marca.

[2.1 PROGRAMAS INTERNOS]

Descubre algunas iniciativas prioritarias en Sudamérica

ICARE! MODELO DE LIDERAZGO



ICARE es nuestro modelo de liderazgo. Cada letra es un paso en el camino para que todos los colaboradores puedan actuar con protagonismo, como líderes y multiplicadores de Todo Sostenible dentro y fuera de la empresa. Cada paso conduce a decisiones alineadas con nuestras operaciones y con los clientes, contribuyendo al éxito individual de los colaboradores y al desempeño del grupo.

Del significado de cada letra, tenemos un conjunto, que desempeña un papel fundamental en el logro de las ambiciones definidas para 2030 y 2050.



I - Inspiring (Inspirador): Queremos ser líderes INSPIRADORES, a través del ejemplo de nuestras prácticas y nuestras capacidades para crear condiciones favorables para la toma de riesgos y el compromiso.



C - Create trust (Crear confianza): Creamos un entorno de CONFIANZA, donde podamos disfrutar de un enfoque colaborativo con colegas y socios, confiando constantemente en el entendimiento mutuo. Al compartir información, significado y energía, ayudamos a nuestros equipos a construir una visión que respalde las acciones.



A - Awareness (Conciencia): Somos líderes humildes que se conocen y se cuestionan. Pedimos con coraje y AUTENTICIDAD los intercambios y retroalimentaciones. Conocerse a uno mismo y a los demás, con apertura a la diversidad, es la clave para desarrollar nuestras competencias. También curiosos sobre el mundo, buscamos entender su evolución.



R - Results (Resultados): Queremos ser líderes ambiciosos y responsables, comprometidos con la empresa y con nuestros RESULTADOS, priorizando el rendimiento colectivo que solidifica nuestra empresa. La satisfacción de nuestros clientes y de nuestros equipos van de la mano. A través de nuestra capacidad de desarrollar habilidades de emprendimiento, innovación y ampliación de la red de contactos para nosotros y para nuestros equipos, podemos brindar juntos mejores servicios a nuestros clientes.



E - Empowerment (Empoderamiento): la RESPONSABILIZACIÓN está en el centro de nuestras prácticas comerciales. Confiantes en nuestros equipos, fomentamos la autonomía, la asunción de riesgos y la resolución de problemas dentro de un marco definido. Nos apoyamos en la inteligencia colectiva de nuestros equipos, acercando la toma de decisiones a la acción.

En 2021, se intensificaron las acciones de Michelin relacionadas con ICARE, con la conformación de un grupo de trabajo para desplegar los ejes de liderazgo a partir del eje común de Capacitación y Desarrollo (T&D): Metodología, Resultados y Comunicación.

RESULTADOS INMEDIATOS DE LAS ACCIONES EN NUEVAS INVESTIGACIONES*

¿Conoces ICARE?

Aumento del 20%
(el 95% de los colaboradores consultados)

¿Ya has trabajado ICARE en el equipo?

Incremento del 33%
(el 91% ya han trabajado el ICARE en el equipo)

* Periodo 2020. Resultados de RIO, RES, FDV y países hispanos (promedio)

* En 2021 se formaron 5 grupos de trabajo, con más de 100 voluntarios para desarrollar el tema



COMPORTAMIENTOS COLECTIVOS PRIORITARIOS

Al llevar a cabo nuestra estrategia, la evolución de algunos de nuestros comportamientos es fundamental para obtener el éxito. ¡En un mundo en transformación, es fundamental colaborar más, tomar la iniciativa y priorizar para acelerar!

Al hacerlo, tendremos éxito en los proyectos más importantes para nuestros clientes, para las personas y para el planeta, logrando nuestras ambiciones.



Priorizar para acelerar:

Enfocar en las acciones que traerán el mayor valor a nuestro cliente y nuestros equipos, diciendo 'no' cuando sea necesario.



Colaborar más:

Aprovechar la inteligencia colectiva, combinando habilidades individuales dentro de los equipos y también con nuestros socios, para construir nuevas soluciones y lograr resultados.



Tomar la iniciativa:

Actuar de manera responsable y proactiva al identificar situaciones en las que puedes contribuir con colegas y socios.

EN 2021

Trabajamos los Comportamientos Colectivos Prioritarios basados en la inteligencia colectiva, con el apoyo de voluntarios en todos los niveles de la organización, empezando por el equipo directivo.

Entrenamiento de formadores ocasionales en el tema safe space y casi 200 personas comprometidas con el desarrollo del speak up, condiciones fundamentales para que puedan actuar con espacio de acción y poder de palabra asegurados.

Publicación de casos de éxito involucrando equipos de todas las áreas, con más de 20 casos convertidos en videos y exposición continua en canales internos y más de 3 mil visualizaciones en intranet.

Compromiso de 60 influyentes internos en ocho países: Brasil, Argentina, Perú, Bolivia, Colombia, Chile, Ecuador y Venezuela.



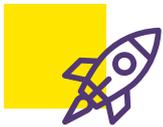
TOLERANCIA CERO AL ACOSO

El grupo Michelin nace en torno a un proyecto profundamente humanista, por y para las personas, que busca garantizar que todos tengan la oportunidad de desarrollar su potencial en un entorno favorable. En este contexto, el Grupo está comprometido en garantizar un entorno de trabajo colaborativo, acogedor y seguro, perfectamente alineado con sus valores, su historia y su Razón de Ser.

EN MICHELIN, NO TOLERAMOS EL ACOSO, YA SEA SEXUAL O PSICOLÓGICO, O CUALQUIER COMPORTAMIENTO, FÍSICO O VERBAL QUE PUEDA CAUSAR DAÑO FÍSICO O PSICOLÓGICO"

Florent Menegaux
CEO MICHELIN

TOLERANCIA CERO EN CUATRO PASOS



PASO 1

La región de América del Sur (AMS) promovió capacitaciones para una mejor comprensión del acoso en Campo Grande (CGR), Resende (RES) y Rio de Janeiro (RIO), con 230 profesionales habilitados y 30 capacitados para multiplicar la formación.



PASO 2

La construcción de un equipo multidisciplinario para poner en marcha los proyectos Integrity y Onboarding.



PASO 3

En representación del Comité Ejecutivo, el CEO de la compañía, Florent Menegaux, aborda el asunto con total transparencia, con el fin de realinear la compañía con la cultura, los valores y la Razón de Ser de Michelin, y reafirma la Tolerancia Cero al Acoso.



PASO 4

Integración de la nueva política de Tolerancia Cero al Acoso en la publicación del nuevo Código de Ética; campañas de transparencia y comunicación; capacitación y entrenamiento en el tema.



ACTUANDO CON ÉTICA TODOS LOS DÍAS

CÓDIGO DE ÉTICA

El Código de Ética Michelin recibió una nueva versión, con un enfoque de política de Tolerancia Cero ante el Acoso y la Discriminación y ejemplos de conducta para las relaciones entre colaboradores y con los socios.

El código destaca el papel de los gerentes y refuerza la protección de los denunciantes en caso de una alerta de violación de las reglas.

Todo colaborador es un embajador de nuestros valores y debe respetar personalmente los principios y prescripciones del código, sin importar en qué país se encuentre. También se anima a compartir el código interna y externamente, para la difusión de estos valores.

Para una comprensión más clara de las reglas del código, la interfaz se volvió más fácil de usar, propia para navegación, con un enfoque y un lenguaje modernizados. Además, se proporcionan ejemplos de casos prácticos y

comportamientos adecuados, o poco éticos e inadecuados, tales como amenazas e intimidaciones, bromas o comentarios no deseados, presiones injustificadas, aislamiento e interacciones físicas no deseadas.

Nuestros colaboradores y todos aquellos que responden al Código de Ética Michelin – como socios externos, proveedores o clientes – también tienen a su disposición la Línea Ética, un canal abierto las 24 horas del día, los siete días de la semana, para que se realicen alertas de forma anónima, confidencial y segura.

Todos los colaboradores de Michelin firmaron electrónicamente el Término de Compromiso con nuestro Código de Ética. El código está disponible en nuestra intranet y en internet, con comunicación inmediata de la edición de nuevas versiones. También hay campañas de comunicación periódicas, llamando la atención de todos sobre el tema.



HUELLA AMBIENTAL

También como destaque en el nuevo Código de Ética 2021, agregamos recomendaciones para que cada colaborador pueda mejorar su huella ambiental en el ejercicio de sus actividades.

Todos deben actuar hacia el objetivo de cero emisiones netas de CO₂ en nuestras instalaciones industriales en su conjunto para 2050, así como deben contribuir al compromiso tomando medidas eco-responsables en su entorno laboral y en los viajes de negocios.

El código también aborda la relación con las comunidades locales:

“El Grupo Michelin desea desarrollar sus actividades en armonía con las comunidades locales dondequiera que esté establecido y busca asegurar que su presencia sea lo más beneficiosa posible para ellas”.

PARA ACCEDER:

www.michelin.com.br/corporativo/compliance



TCIR (TOTAL CASE INCIDENT RATE)



El año 2021 registró avances significativos en la región de América del Sur para contribuir con el Grupo a alcanzar el objetivo del plan Michelin en Movimiento de convertirse, hasta el 2030, en una referencia mundial en seguridad laboral, lo que es fundamental para nosotros, alcanzando un índice TCIR inferior a 0,5.

El indicador TCIR es la tasa total de casos de incidentes que mide el número total de accidentes o enfermedades que ocurrieron sobre la base de 200 mil horas trabajadas.

En 2021, para lograr la reducción del indicador en los próximos años hasta alcanzar la meta 2030, se intensificó en la empresa una serie de acciones en los tres ejes – Técnico, Comportamental y Gerencial –, tales como auditorías e investigaciones de hechos en profundidad en los ejes mencionados: red de contactos para el intercambio de experiencias entre plantas nacionales e internacionales; formación y campañas de sensibilización; programas comportamentales de seguridad; aplicación de buenas prácticas de seguridad; así como la evaluación y eliminación de riesgos.

TCIR EN AMÉRICA DEL SUR: 0,83*

* Considerando todas las plantas industriales: CGR, RES, GRU, MAN y PEM (BA y ES)

EVOLUCIÓN DEL TCIR EN EL GRUPO

2015: 2,67

2016: 2,54

2017: 2,14

2018: 1,93

2019: 1,43

2020: 1,19

2021: 1,29

[2.2 COMUNIDAD]



En todo el mundo, el Grupo Michelin tiene una larga historia de compromiso con la sociedad y las comunidades locales cercanas a sus unidades. En Sudamérica y Brasil, sede administrativa de la compañía en la región, esta relación se fortalece con el apoyo a proyectos e iniciativas socioambientales que contribuyen a la generación de ingresos, empleos, desarrollo de negocios locales, seguridad, educación, movilidad y medio ambiente.

En 2021 se realizaron varias acciones con efectos significativos en las comunidades, como se detalla a continuación.

SABEMOS QUE YA NO ES POSIBLE DESARROLLARSE EN TODOS LOS SENTIDOS SIN UN TRIPLE COMPROMISO CON LAS PERSONAS, EL DESEMPEÑO FINANCIERO Y EL PLANETA”

Feliciano Almeida
 Presidente de Michelin América del Sur



MICHELIN OURO VERDE BAHIA



Las semillas del Programa Ouro Verde Bahia se plantaron en 1984, cuando Michelin adquirió un área de 9 mil hectáreas para la producción de caucho para las unidades industriales de la empresa. Hoy, la iniciativa ha alcanzado la madurez como una ilustración concreta de la visión de Todo Sostenible.

Ubicada a unos 150km de Salvador, entre los municipios de Igrapiúna e Ituberá, Michelin Ouro Verde Bahia se inició definitivamente en 2003, cuando el área adquirida por la empresa hace casi 20 años se dividió: mil hectáreas destinadas a la realización de investigaciones, para el desarrollo de variedades de árboles de caucho más productivas y resistentes a las enfermedades; 3 mil hectáreas para la creación de una reserva ecológica para la protección y restauración de la Mata Atlántica; 5 mil hectáreas divididas en 12 propiedades medianas que fueron ofrecidas a agricultores familiares de la región.

A partir de entonces, con los pilares bien establecidos en los ejes Económico/Científico, Ambiental y Social, Michelin Ouro Verde Bahia se destaca como caso mundial Michelin, reconocido en Brasil y en el mundo por posibilitar la producción y comercialización de caucho natural de manera responsable y duradera.

Para la protección y restauración de la Mata Atlántica, fueron plantados más de 100 mil árboles, además de la creación del Parque Cachoeira da Pancada Grande y la Reserva Ecológica Michelin (REM) y el apoyo a la investigación científica con la creación del Centro de Estudios para la Biodiversidad. El programa registró tanto éxito que se expandió a más de 50 municipios de Bahía.

En 2021, nuevas iniciativas se sumaron a la exitosa historia de Michelin Ouro Verde Bahia, con acciones que son nuevas semillas para un futuro sostenible.



EDUCACIÓN AMBIENTAL Y EMPODERAMIENTO FEMENINO

ARTE SOLIDARIO MICHELIN OURO VERDE



En asociación con la diseñadora Maria Oiticica, el proyecto capacitó a 20 artesanas de las comunidades quilombolas alrededor de las plantaciones de Michelin en Bahia para producir biojoyas. El lanzamiento de la colección tuvo lugar el 22 de mayo de 2021, Día Internacional de la Biodiversidad.

Con el proyecto, las artesanas mejoraron técnicas para la creación de biojoyas y se capacitaron para el emprendimiento y la comercialización de los productos. En el transcurso de ocho meses, las clases de capacitación fueron grabadas y puestas a disposición de las estudiantes por WhatsApp.

El resultado fue la co-creación de una colección exclusiva con materias primas locales, como semillas de caucho, flor de inajá y açai. La iniciativa impulsó la inclusión digital de las artesanas, ya que posibilitó la venta de sus productos en el ambiente digital, a través de las redes sociales y de la pagina web de la diseñadora Maria Oiticica, con todos los ingresos siendo regresados a los participantes del proyecto.

PROGRAMA DE LIDERAZGO FEMENINO



El curso realizado por Michelin en Ouro Verde Bahia se dividió en seis módulos, uno por mes durante seis meses, con foco en gestión científica de áreas naturales, trabajo en el mundo empresarial y feminismo con énfasis en los derechos de la mujer en el entorno laboral.

Se seleccionaron seis mujeres, con edades entre 21 y 24 años, con educación universitaria y de familias pobres de la región que tienen como objetivo el crecimiento profesional.

EDUCACIÓN AMBIENTAL



En 2021, se realizaron decenas de actividades en comunidades y encuentros virtuales, además de encuentros en escuelas y Secretarías de Medio Ambiente y acciones del Día del Medio Ambiente.

También se realizaron consultas individuales semanales para sensibilizar a las comunidades locales sobre la importancia de una relación armónica con el medio ambiente como forma de generar desarrollo económico, ambiental y social.

COVID-19

Desde el inicio de la pandemia de Covid-19 en 2020, Michelin ha emprendido una serie de acciones para prevenir el contagio en las comunidades y apoyar a las poblaciones de las regiones donde opera. En 2021, estas acciones continuaron con nuevas iniciativas.

- Los empleados de Michelin en la Sede Administrativa (RIO) y las unidades industriales de Campo Grande (CGR) e Itatiaia (RES), donaron 4,39 toneladas de alimentos y Michelin donó la misma cantidad, resultando en una donación total de 8,79 toneladas, garantizando alimentos para más de 2.500 personas, en alianza con el programa Sesi Cidadania Contra a Fome.



- En alianza con el Gobierno de la ciudad del Rio de Janeiro, fueron donadas 100 mil mascarillas faciales fabricadas en la unidad de Campo Grande (CGR), distribuidas a los usuarios del sistema BRT. Michelin donó 3 mil mascarillas y 250kg de ropas, artículos de higiene y alimentos de los colaboradores a 250 familias afectadas por el incendio en la comunidad de Santa Cruz, en Río.



- Michelin también se unió al programa Unidos por la Vacuna, en sociedad con la Ciudad de Rio de Janeiro y el Grupo Mulheres do Brasil. La empresa adoptó un puesto de vacunación drive-thru contra el Covid-19 en Campo Grande (CGR). Se donaron carpas, mesas, sillas y camisetas al equipo de inmunización municipal.





VOLUNTARIADO

ASOCIACIÓN CON ONG JUNIOR ACHIEVEMENT

789 HORAS
DEDICADAS POR
EMPLEADOS AL
TRABAJO VOLUNTARIO

391 EMPLEADOS
COMPROMETIDOS EN
TRABAJO VOLUNTARIO

2.248 PERSONAS
IMPACTADAS POR
EL TRABAJO VOLUNTARIO



Siempre se anima a los colaboradores de Michelin a participar como voluntarios en acciones dirigidas al bienestar, desarrollo y educación de las comunidades con el apoyo de la empresa.

La ONG, fundada en 1919 en los Estados Unidos, está presente en 118 países y en todos los estados de Brasil, y tiene como objetivo despertar el interés por el emprendimiento en jóvenes en edad escolar.

En Rio de Janeiro, en la Sede Administrativa (RIO) y en las unidades de Campo Grande (CGR) e Itatiaia (RES), a lo largo de 2021, se realizaron varias acciones de voluntarios Michelin en colaboración con la ONG Junior Achievement.

Los programas que se llevaron a cabo con voluntarios de la empresa en alianza con la ONG en 2021 están todos enfocados en jóvenes aprendices y estudiantes de secundaria, con el objetivo de “conectar a los jóvenes con el mañana”.

CASO DE CHILE



En 2021, Michelin Chile, en iniciativas que contaron con la participación financiera de la empresa y el voluntariado de sus colaboradores, completó varias acciones de apoyo a la comunidad, entre ellas la entrega de iPads y suministro de equipos – como un horno industrial – a escuelas y un restaurante solidario en Alto Hospicio, en la región de Tarapacá, Chile.



789 HORAS
DEDICADAS POR
EMPLEADOS AL
TRABAJO VOLUNTARIO

391 EMPLEADOS
COMPROMETIDOS EN
TRABAJO VOLUNTARIO

2.248 PERSONAS
IMPACTADAS POR
EL TRABAJO VOLUNTARIO

OTRAS ACCIONES CON COMUNIDADES EN 2021

Tras el incendio del **Conjunto Jesuítas**, en Santa Cruz (Rio de Janeiro), en enero, la empresa donó 3 mil mascarillas, además de 250kg de ropa, artículos de higiene y alimentos donados por los colaboradores a 250 familias afectadas.

La acción realizada por la Fuerza de Ventas de Michelin, junto con los clientes de la empresa, tuvo como objetivo apoyar al **Lar Vida, en Salvador** (BA), fundado hace 34 años, que alberga y atiende integralmente a 104 niños, adolescentes y adultos con discapacidad. La campaña se saldó con la donación de 714 litros de leche, 146 kilos de leche en polvo y más de 100 dietas para personas que deben permanecer en cama.

La empresa continuó con las contrataciones para el **programa Joven Aprendiz** para la unidad industrial Campo Grande (CGR). A lo largo del año, se habilitaron 163 vacantes para jóvenes entre 18 y 22 años, vecinos de las comunidades aledañas a la planta, con auxilios y diversos beneficios.

La campaña de recaudación de fondos **#JuntosFazemosAcontecer** garantizó la donación de ropa de abrigo y frazadas a las personas asistidas por la Asociación Pestalozzi de Resende (RES). Con la donación de los colaboradores, se recolectaron prendas y frazadas que calentaron a cientos de personas.

En junio, **en alianza con Hemorio**, se realizó una campaña de donación de sangre por parte de los colaboradores de la planta de Campo Grande (CGR), con participación masiva del personal, en una iniciativa que se prolongó hasta julio.

El segundo grupo se graduó como parte del **programa Técnicos del Futuro**, en el que participaron jóvenes de los alrededores de la planta de Campo Grande (CGR). El grupo se formó en Senai, con una pasantía en Michelin y capacitación exclusiva para la empresa.

La campaña Adopta a un Anciano se realizó por tercer año consecutivo en Rio de Janeiro, en alianza con la Fundación Leão XIII, vinculada a la Secretaría de Estado de Desarrollo Social y Derechos Humanos. Colaboradores de las unidades CGR y RIO se sumaron a la acción y los ancianos recibieron obsequios navideños.

Una acción conjunta de los sites CGR, RES y MAN, la acción **"Desafíate Por Ellos y Por Ellas"**, movilizó a los empleados y sus familias en el reto de mover el cuerpo y ayudar en la lucha contra el cáncer. Cada empleado y/o familiar donó dos paquetes de pañales y Michelin donó dos más.

Colaboradores de Michelin organizaron la campaña de donación **Hacer bien hace bien**, que garantizó la recolección de juguetes y alimentos no perecederos, además de recursos económicos para la compra de estos artículos, entregados en el Día del Niño en la comunidad de Terreirão, en el barrio de Recreio, en Rio de Janeiro, Brasil.

En sociedad con Comlurb, 30 neumáticos de desecho fueron donados para recalificar espacios públicos en Campo Grande, donde se encuentra la sede administrativa de la empresa en Rio de Janeiro.



¿Y EN SASCAR?

Sascar, empresa del Grupo Michelin especializada en gestión de flotas, contribuye a hacer el transporte más eficiente, seguro y sostenible a través de la conectividad.

Líder en Latinoamérica y con presencia en Sudamérica, México y Europa, Sascar ayuda a 54 mil clientes, con más de 270 mil vehículos conectados, a llegar cada vez más lejos a través de soluciones tecnológicas.

Sascar continuó, en 2021, con sus acciones a favor de la comunidad, ya sean educativas, ambientales o de apoyo a la población local de bajos recursos.

BEIJA-FLORES SOLIDÁRIOS

El curso de electricidad automotriz ofrecido en la institución Beija-Flores Solidários, diseñado y creado por Sascar con el apoyo de Senai, ha contribuido a ampliar las posibilidades de reinserción laboral de personas socialmente vulnerables en São Paulo.

El curso es ofrecido con el patrocinio de Sascar y también tiene la participación de los colaboradores y de la red técnica de la empresa en el módulo práctico. En 2021, 16 estudiantes fueron capacitados en dos clases.



CASA FAMILIAR RURAL DE IGRAPIÚNA

Se donaron 34 artículos de computación para ayudar a los estudiantes que no contaban con la infraestructura básica necesaria para el estudio a distancia.

La institución produce y vende alimentos elaborados de manera sostenible por los estudiantes. Sascar compra regularmente los artículos y los ofrece como obsequios a los clientes. La venta de estos productos garantiza el mantenimiento de las actividades de la institución con mayor autonomía.





CONTRA LA VIOLENCIA

Como una forma de combatir la explotación sexual de niños y adolescentes en las carreteras, Sascar apoya los programas Na Mão Certa y Em Casa Sem Violência, que sensibilizan a los camioneros y la Red Técnica en todo el país. Durante la pandemia, ante la imposibilidad de las acciones presenciales, se empezaron a publicar contenidos educativos en TruckPad – una aplicación que conecta a camioneros y transportistas y que cuenta con 50 mil usuarios activos –, además de LinkedIn y Yammer.



CANASTAS BÁSICAS

Sascar, en alianza con la Red Técnica, participó de la campaña de la ONG Gerando Falcões, que trabaja en beneficio de comunidades necesitadas. Se recolectaron más de 500 canastas básicas, convertidas en tarjetas para la compra de alimentos y productos de higiene y distribuidas a las familias registradas en la institución.



CAMPAÑAS NAVIDEÑAS

La consulta a diversas instituciones sobre sus necesidades para las campañas navideñas derivó en la recolección de alimentos, productos de higiene y limpieza en todas las unidades de Sascar. Los artículos recolectados fueron donados a instituciones cercanas a cada una de las unidades (ONG Amamos, Barueri; ONG Acridas, Curitiba; ONG Casa de Apoio de Contagem, Contagem y Aldeias Infantis, Campinas).



[2.3 DIVERSIDAD E INCLUSIÓN]

Michelin tiene como objetivo mantener un entorno seguro, dando la bienvenida a la diversidad, priorizando la inclusión para potenciar los talentos de sus equipos.

Ya sea a través de la red Michelin Diversa, en todas nuestras operaciones o en nuestra relación con la sociedad, promovemos constantemente la cultura de la diversidad y la inclusión e invertimos en frentes estructurados con acciones afirmativas para garantizar el respeto y combatir la discriminación. Estos son valores que se han convertido en rutina en las unidades industriales y oficinas del grupo en todo el mundo y también en América del Sur.

Para nosotros, la unión de la diversidad y la inclusión es la única forma de prosperar y crecer de forma sostenible.



La red Michelin Diversa, creada para asegurar y difundir la diversidad y la inclusión en la empresa, centra las acciones de gobernanza en cinco ejes: Generacional, Eficiencia (personas con discapacidad), Género, Étnico-Racial e Identidad LGBTQIA+.

Cada eje cuenta con un sponsor del equipo de gestión y un grupo de líderes que coordina las acciones de los grupos de trabajo, redes de apoyo y grupos de afinidad relacionados, todos formados por voluntarios – en 2021, la red contó con el compromiso de 241 personas.

NUESTROS FRENTES DE TRABAJO POR LA DIVERSIDAD Y LA INCLUSIÓN

PALANCAS

La organización de actividades por palancas nos permite enfocar acciones que tendrán un impacto efectivo en los procesos, transformando a nuestra Michelin en una empresa cada vez más justa e incluyente para colaboradores, clientes, socios y comunidades.

COMUNICACIÓN

- Mensajes internos y externos claros e institucionalizados
- Reclutamiento Inclusivo
- Cultura D&I (entorno seguro)
- Evolución de carrera y retención
- Adaptación y estructura (condiciones de trabajo)



PALANCAS EN LA PRÁCTICA

Buscando garantizar que esta agenda de diversidad e inclusión se lleve adelante en toda la empresa, se definieron acciones que permitan implementar todas las palancas en el trabajo diario:

Se realizó un diagnóstico para la feminización de la Fuerza de Ventas en Brasil y agencias comerciales en otros países de América del Sur: encuesta con 80 personas para identificar oportunidades de mejora relacionadas con cada palanca (cultura, reclutamiento, estructura, carrera) y creación de la Red de Mujeres.

Establecimiento de reglas para la contratación inclusiva, con al menos un 50% de mujeres candidatas y entrevistadoras.

Incremento al 60% del porcentaje de mujeres en la Fuerza de Ventas en nuevos grupos e ingreso de las primeras mujeres al área de mantenimiento de las fábricas de Resende, Manaus y Campo Grande, tanto a través de reclutamiento como por promoción interna.

Mapeo de talentos femeninos en la Fuerza de Ventas, equipo gerencial y áreas de manufactura, resultando en el ingreso de la primera mujer en los siguientes cargos: Directora de Ventas; Directora Comercial Primer Equipo de Neumáticos de Carga y de Aviación; Directora Industrial en la unidad de Campo Grande (RJ).

Revisión de los criterios de selección para los puestos laborales en la producción, abriendo la posibilidad de contratación de mujeres para actividades de operación tradicionalmente ocupadas por hombres.

Nuevos modelos de uniformes para mujeres en puestos en la producción industrial, en respuesta a la demanda de las propias mujeres, que se sentían incómodas en el mismo modelo masculino.

Proyecto de adecuación de las salas de lactancia en todas las unidades y definición de nuevas reglas para el premio de producción de la industria y la remuneración variable de ventas, con el objetivo de incluir a los colaboradores y colaboradoras que se encuentren en baja por maternidad o paternidad.

Inclusión de los beneficios para diferentes configuraciones familiares, adecuación del proceso de registro de colaboradores con la inclusión de la opción 'nombre social' y adecuación de los vestuarios en áreas industriales para la inclusión de género (creación de cabinas individuales).

Alianza firmada con la Secretaría Especial de Políticas y Promoción de la Mujer, del Municipio de Rio de Janeiro (RJ), para utilizar el banco de talentos del Programa Mujeres del Rio.

Alguns números históricos

REGIÓN

Las mujeres representan alrededor del **40%** del equipo directivo de la Región Sudamérica;

INDUSTRIA

El **39%** de mujeres contratadas en CGR en septiembre: cifra histórica.

Casi triplicamos el número de puestos aptos para recibir mujeres: del 9% (2020) al 24% (2020) * Industria CGR

VENTAS

Por primera vez, seleccionamos a **más del 50% de mujeres** para la última clase en el área de ventas (Gerentes de Cuenta)

ADMINISTRATIVO

¡Llegamos al **50% de mujeres** en nuestros equipos de la Unidad RIO, nuestra sede en Sudamérica!



IMDI - ÍNDICE DE GESTIÓN DE DIVERSIDAD E INCLUSIÓN



1. Oportunidades iguales: Todos los colaboradores pueden desarrollar sus talentos dentro de la empresa. Michelin presta especial atención a las promociones internas de los operarios de las plantas.



4. Identidad (todas las dimensiones de la diversidad: orientación sexual, etnia, religión, etc.): hacer que cada persona pueda ser quien realmente es y lleve su autenticidad al trabajo.



2. Personas con discapacidad: Michelin ofrece planes de carrera para personas con habilidades diferentes, de acuerdo con su política de desarrollo de talentos.



5. Liderazgo multinacional: todas las nacionalidades y culturas de todos los países donde la compañía está presente son representadas en todas las funciones, en cada región y en la casa matriz, de acuerdo con la huella geográfica de cada línea de negocio.



3. Igualdad de género: lograr la paridad entre los ejecutivos del grupo y, para 2030, ser benchmark en igualdad de género.

IMDI 2021

- América Del Sur: 73.6/100
- Grupo: 67/100

■ **Meta del grupo para 2030:** 80/100



ACCIONES – DESTACADOS EN 2021



Cultura D&I: por un entorno seguro

Lanzamiento de la nueva intranet – con ofrecimiento de contenidos en lenguaje de señas y traducción simultánea en lenguaje de señas en la mayoría de los lives.

Mes de la Diversidad – Campaña 'Libre para ser tú mismo', con la realización de talk shows y cines con debates durante todo el mes de mayo, con traducción simultánea en lenguaje de señas y español, alcanzando una participación promedio de 400 personas por live.

Capacitación (Programa Aceptar la diversidad) – herramientas para la diversidad y la inclusión: Barreras Invisibles (sesgos inconscientes), Tolerancia Cero (lucha contra el acoso moral y sexual), Cultura Inclusiva y curso básico de lenguaje de señas.



Mes de la Mujer

Campaña Mujeres que Inspiran, con una selección de historias que rindieron homenaje a las compañeras de trabajo en redes sociales y filtro temático.

Live 'Carrera y vida personal', con Daniela Wolter, Directora Comercial de Neumáticos para Primer Equipo de Aviación y con Viviane Magalhães, Directora Legal de RIOgaleão.

Charla con Débora Thomé, autora del libro '50 mujeres increíbles que conocer antes de crecer'.

Círculos de Conversación y Lives

Charla sobre 'Tolerancia contemporánea', realizada por el eje Género para hablar sobre masculinidad.

Live 'Orgulloso de ser quién eres', en celebración del mes del orgullo LGBTQIA+, a cargo del eje Identidad.

Live sobre la conclusión de la primera fase del proyecto **Arte Solidario Michelin Ouro Verde**, en colaboración con Maria Oiticica, diseñadora de biojoyas.

Live para los países hispanos sobre **'Sesgos Inconscientes'**, con un representante externo.

Evento en línea con colaboradoras de las agencias de Argentina, Chile, Colombia, Perú y Venezuela para un encuentro de la Red de Mujeres para los países hispanos de la ADS, con el objetivo de **conquistar un espacio de confianza dedicado a que las mujeres se expresen, se escuchen y apoyen unas y otras.**

Difundiendo la diversidad

Adherimos a los Principios de Empoderamiento de las Mujeres, creados por ONU Mujeres en conjunto con el Pacto Mundial, que apuntan a la equidad de género y el empoderamiento de las mujeres primero en las empresas y, en consecuencia, en la sociedad.

También nos sumamos al Programa ReconstruirSE 2021-2023, en conjunto con el Ministerio de Transporte de Argentina, para diseñar políticas públicas que promuevan el respeto por el medio ambiente, las personas y la sustentabilidad de los negocios.



EQUIDAD RACIAL



En 2021, nos unimos al Mover (Movimiento por la Equidad Racial), junto con otras 46 empresas brasileñas, buscando evolucionar colectivamente a través de acciones que trabajen para reducir el escenario de desigualdad racial en Brasil.

Mover tiene como objetivo combatir el racismo sobre la base de tres pilares: aumentar el número de personas afrodescendientes en el liderazgo, mejorar el desarrollo y la formación de esta población y promover la conciencia de la equidad social.

Para presentar la iniciativa Mover, promovimos un live en julio para platicar de equidad racial. Estuvieron presentes Feliciano Almeida, Presidente de Michelin AMS, Glauce Ferman, Sponsor de Diversidad & Inclusión para la región, Ruy Ferreira, Sponsor del grupo Étnico-Racial, y Judite Sousa, Liderazgo del grupo Étnico-Racial. También contamos con la presencia de nuestros invitados Marina Peixoto y Carlos Domingues, líderes ejecutivos de Mover. Alrededor de 250 personas de Michelin y nuestras filiales en Sudamérica participaron del live.

En línea con nuestro ingreso al Programa y con el fin de promover cada vez más la igualdad de oportunidades, realizamos un censo de raza y etnia para conocer mejor a los colaboradores. A partir de la recopilación de los datos recogidos hasta diciembre de 2021, podremos actuar, ampliando la diversidad.

SASCAR DIVERSA



Sascar Diversa reúne una serie de iniciativas que suman acciones a partir de diagnósticos internos que han generado cambios significativos, transformando positivamente la rutina de los colaboradores.

Los ejes que se trabajan en Sascar son: Género, PCD, Raza y Etnia y LGBTQIA+.



Acciones realizadas:

creación de un Comité de Diversidad

sensibilización del Equipo Directivo

realización del Censo de la Diversidad

campañas de compromiso

vídeo colaborativo: 'Muchos matices. Una voz'





3

[***PLANETA***]



El riesgo de un colapso del planeta, pronosticado por los científicos para las próximas décadas a partir de la degradación del capital natural y el calentamiento global, ha llevado al mundo empresarial a un nuevo orden global, guiado por un mayor cuidado y respeto por el medio ambiente. Hacer más y mejor, con menos recursos, se vuelve urgente a medida que crecen las necesidades mundiales, acompañando el aumento de la población global y la apremiante amenaza a la biodiversidad.

Esta preocupación está presente en todas las actividades de la compañía, comenzando por su actividad principal, la fabricación de neumáticos, directamente involucrada en la movilidad, uno de los canales emisores de carbono que azotan al planeta y aceleran el cambio climático. Hace más de 100 años, Michelin ha estado desarrollando soluciones innovadoras, que superan las expectativas de los clientes y minimizan el impacto de la movilidad en el medio ambiente.

La estrategia de reducción de CO₂ de Michelin en este ámbito se basa en tres palancas de acción: transportar menos, transportar mejor y transportar de manera diferente. Para Michelin, la movilidad sostenible es un desafío que debe involucrar a gobiernos, ciudadanos y empresas, y se ha vuelto aún más importante en los últimos dos años, que han demostrado claramente a la humanidad cuanto el planeta está en riesgo.

Para transformar este riesgo en una oportunidad efectiva de cambio, en Michelin, creemos en una movilidad más eficiente, limpia y segura, y estamos comprometidos a vincular todo el ciclo productivo en esta dirección: en el origen, preservando la biodiversidad; en los medios de producción, velando siempre por el incremento de la economía circular en nuestros flujos, procesos y productos, y al final de la cadena, con productos finales que tengan un menor impacto en el planeta y contribuyan a los objetivos de reducción de emisiones para que juntos consigamos que la temperatura del planeta no aumente en más de 1,5°C en 2050.

LAS CORPORACIONES ESTÁN TRABAJANDO CON INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA PARA CONTINUAR REDUCIENDO LOS IMPACTOS DE SUS ACTIVIDADES. PERO TENEMOS QUE REDUCIR LAS EMISIONES DE CO₂ SIN REDUCIR LA MOVILIDAD, QUE ES UN FUERTE IMPULSOR DEL DESARROLLO”

Florent Menegaux
CEO Michelin

Al mismo tiempo, en Brasil, junto con otras 27 empresas asociadas a CEBDS, Michelin firmó un compromiso para cumplir objetivos para el avance hacia la neutralidad climática en 2050. Al lograrse, la neutralidad resultará en beneficios: para la economía, con generación de empleos e inversiones; para las negociaciones comerciales, con ganancias de competitividad a escala mundial; para el medio ambiente, con una reducción de las emisiones de carbono, además de confirmar la histórica y sólida reputación de las empresas en los próximos años.



[3.1 CLIMA]



Nuestras acciones de lucha contra el cambio climático que buscan la reducción de emisiones están en línea con el plan Michelin en Movimiento 2030, lanzado en 2021, y reafirmadas en los compromisos que firmamos a lo largo del año y también durante la Cumbre del Clima (COP26), celebrada en Glasgow, Escocia, en noviembre. En la ocasión, Michelin, junto a otras empresas, reafirmó su lucha contra el calentamiento global, por la preservación de los recursos naturales y por la protección de la biodiversidad.

En julio de 2021, el grupo se unió a la campaña global Race to Zero para movilizar a las empresas en el objetivo climático del Acuerdo de París, suscribiendo el Business Ambition for 1.5°C.

Michelin también se sumó a los firmantes de la carta abierta redactada por la coalición We Mean Business, que insta a los líderes del G20 a hacer que el objetivo del Acuerdo de París sea alcanzable, fortaleciendo las Contribuciones Determinadas a Nivel Nacional (NDCs, por su

sigla en inglés) y alineándolas con un objetivo de reducción de al menos un 50% en emisiones globales para 2030 y cero emisiones para 2050.

Estamos seguros de que no hay vuelta atrás en el camino hacia Net Zero, al igual que estamos seguros de que las empresas más sostenibles serán también las más rentables en un futuro próximo.

Para impulsar esta revolución interna que requerirá que nos adaptemos para lograr los objetivos de reducción de emisiones, Michelin ha acelerado y acentuado sus acciones, apuntando a la eficiencia energética y del agua como parte de las ambiciones de Todo Sostenible.

Las iniciativas con este objetivo, en 2021, que seguirán en marcha en 2022 y se ampliarán progresivamente en los próximos años, incluyen la sensibilización de las operadoras, eventos específicos para evitar el desperdicio, reutilización del agua e iluminación más eficiente, entre otras.

TABLA DE ACCIONES DESTACADAS

- Concientización de las operadoras: consejos para reducir el consumo de energía en la planta y el hogar.
- Minijornada de lucha contra los desperdicios: eventos enfocados a un sector productivo específico o a una máquina para diagnosticar los principales puntos de desperdicio y corregirlos.
- Iluminación optimizada: lámparas más eficientes y reducción de los puntos de iluminación.

- Reutilización del agua: generando una reducción del consumo de agua en la producción.

Esas acciones generaron, en 2021, casos de éxito en las unidades de Campo Grande (CGR), Itatiaia (RES), Guarulhos (GRU) y Manaus (MAN). Las palancas de medición de los resultados obtenidos son: Energías Renovables (EnR), Dióxido de Carbono (CO₂), Energía (MWh) y Consumo de Agua (Water).

CASOS

CAMPO GRANDE (CGR), **GUARULHOS** (GRU) e **ITATIAIA** (RES)

- Uso de electricidad un 100% renovable desde enero de 2021, con la contratación de I-REC (Certificado Internacional de Energías Renovables), generando una reducción del 40% en las emisiones de Co₂. El porcentaje de reducción representa menos 49.000 ton Co₂ emitidas en comparación con 2019.

MANAUS (MAN)

- Los ajustes a las válvulas y bombas resultaron en un aumento en el volumen de condensado en las calderas. Alimentar la caldera con condensado a alta temperatura puede maximizar el resultado, ya que se necesita menos energía térmica para convertir el agua en vapor. Esto aseguró un ahorro en el consumo de agua equivalente a 9.360 m³ por año y un ahorro equivalente a 1.780MWh PCI por año con la reducción del consumo de gas natural propiciada por el uso de energía térmica oriunda del retorno de condensado. Paralelamente, se produjo una reducción de las emisiones de CO₂ equivalente a 358 toneladas al año.
- Ajuste del setpoint de temperatura del agua enfriada y apagado selectivo, generando un ahorro energético equivalente a 323MWh por año y una reducción de emisiones de CO₂ equivalente a 43 toneladas por año.

GUARULHOS (GRU)

- Reducción del consumo de gas natural con el uso de energía térmica del retorno de condensado (vapor flash) para precalentar el agua de reposición de la caldera, generando un ahorro energético de al menos 2.976 MWh PCI al año, lo que resultó en la reducción de emisiones de CO₂ equivalente a 600 toneladas por año y ahorro en el consumo de agua.



Unidad Manaus



Unidad Guarulhos



CASOS

CAMPO GRANDE (CGR)

- Ajuste del setpoint de temperatura de agua fría y aires acondicionados, y apagado selectivo de equipos de aire acondicionado, generando ahorros de energía equivalente a 1028MWh por año y reducción del consumo de agua equivalente a 18 mil m³ por año.
- Reutilización de agua de alcantarillado sanitario, tratada para reposición de las torres de enfriamiento, generando ahorros en el consumo de agua equivalente a 30 mil m³ por año, con una reducción estimada del consumo de más de 60 mil m³ por año de agua, totalizando un ahorro anual de 90 mil m³ con la implementación de la nueva estación de agua de reúso a partir de agosto de 2021.

ITATIAIA (RES)

- Instalación de válvulas automáticas para controlar el caudal de agua de proceso en las máquinas, generando un ahorro en el consumo de agua equivalente a 11.200m³ al año.
- Reducción de puntos de iluminación y sustitución por LED en el TC, sin perjuicio de las exigencias ergonómicas, lo que generó un ahorro energético equivalente a 604MWh al año.
- Ajuste del setpoint de las temperaturas del agua helada y aires acondicionados, responsable del ahorro de energía equivalente a 820MWh por año y de agua por la reducción de la evaporación de las torres de enfriamiento.



Unidad Campo Grande



Unidad Itatiaia

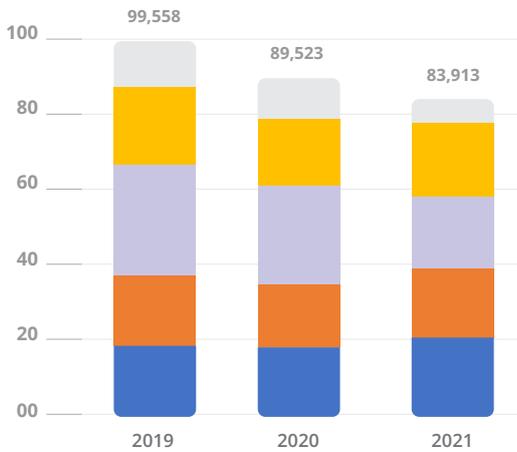


Industrial Michelin Environment Performance

Para asegurar el cumplimiento del objetivo de eficiencia hídrica, que prevé una reducción del consumo de agua del 33% para 2030, Michelin creó un nuevo indicador estratégico en 2021, el i-MEP (Industrial Michelin Environmental Performance).

Resultados de América del Sur

Unidades CGR, RES, MAN, GRU, SOR y BAH



| | 2019 | 2020 | 2021 |
|-----------------|--------|--------|--------|
| CO ₂ | 12,647 | 10,753 | 6,109 |
| Energía | 20,286 | 17,688 | 19,185 |
| VOC/COV | 29,059 | 26,320 | 19,070 |
| Residuos | 18,837 | 16,589 | 18,515 |
| Agua | 18,729 | 18,173 | 21,033 |
| Total | 99,558 | 89,523 | 83,913 |

Números del Grupo:

2019 = 100

2021 = 92,6

Objetivo 2030 = -1/3 en comparación con el 2019

i-MEP no solo controla el consumo de agua, sino también el monitoreo y la gestión controlada de la cantidad de residuos generados, del consumo de solventes orgánicos (VOC), del consumo de energía y las emisiones de CO₂ en cada una de nuestras unidades industriales alrededor del mundo.

América del Sur logró un i-MEP de 83,92 en 2021, **un 6,33% mejor que lo previsto** para el año.



WATER WITHDRAWALS



GENERATED WASTES



ORGANIC SOLVENTS CONSUMPTION



ENERGY CONSUMPTION



CO₂ EMISSIONS



3.2 ECONOMÍA CIRCULAR



La estrategia 4R – reducir, reutilizar, reciclar y renovar –, implementada en el diseño, fabricación y gestión de las ofertas de productos y servicios, bien como en el uso de los recursos, tiene como objetivo lograr una economía circular ecológicamente viable, con un consumo reducido de carbono, energía y recursos naturales.

- Un 25% de las materias primas son renovables
- Los neumáticos son reparables, con la posibilidad de reconstruirlos y reencaucharlos
- La empresa recolecta y recicla llantas



Reducir

Reducción del consumo de CO₂ al fabricar neumáticos más livianos que ahorran combustible y duran más. Con un mayor rendimiento, el uso de neumáticos hasta el final de su ciclo de vida puede evitar el consumo mundial de 400 millones de neumáticos al año, el equivalente a 35 millones de toneladas de CO₂.



Reutilizar

Los neumáticos son diseñados para optimizar los materiales y el uso de recursos. La acción es reutilizar a través de la reparación, con la posibilidad de reconstruirlo y reencaucharlos para que los neumáticos duren más.



Reciclar

La empresa trabaja con especialistas en neumáticos en la estructuración de los sectores de recolección y reciclaje de neumáticos al final de su ciclo de vida. Hay reciclaje y recuperación de neumáticos usados.



Renovar

En total, una cuarta parte de la materia prima del neumático es renovable. La empresa utiliza cada vez más materias primas renovables en la fabricación de neumáticos, como caucho natural, isopreno, butadieno, aceites y resinas naturales, entre otras.



Reciclanip recoge y dispone de neumáticos de desecho, una iniciativa que es una de las principales acciones de la industria brasileña en responsabilidad posconsumo o logística inversa.



INDUSTRIA



TIENDAS



PUNTOS DE COLECTA



PROCESAMIENTO



DESTINO

El proyecto comenzó en 1999, con el Programa Nacional de Recolección y Destinación de Neumáticos de Desecho, implementado por la Anip (Asociación Nacional de la Industria del Neumático), entidad de la que Michelin forma parte y que representa a los nuevos fabricantes de neumáticos en Brasil.

En 2021, Reciclanip continuó contribuyendo al desarrollo sostenible del país y a nuestra misión Todo Sostenible. El proyecto destinó adecuadamente más de 45 millones de neumáticos este año, manteniéndose como referencia mundial en logística inversa.

RECUPERACIÓN DE NEGRO DE HUMO

Michelin y Bridgestone presentaron conjuntamente en la Conferencia Smithers Recover Carbon Black en Ámsterdam, Países Bajos, en noviembre de 2021, **una perspectiva conjunta sobre el avance de la sustentabilidad en la industria de los neumáticos**. Las dos empresas se han unido para garantizar la circularidad del material y aumentar el uso de negro de humo recuperado en los neumáticos.

Se estima que menos del 1% de todo el material de negro de humo utilizado en todo el mundo en la producción de neumáticos nuevos proviene de neumáticos reciclados al final de su vida útil, debido a que todavía hay una baja disponibilidad para la recuperación y reutilización del negro de humo.

El negro de humo recuperado permite reducir la dependencia de la industria del neumático de los productos petroquímicos, reemplazando parte del negro de humo tradicional por una alteración sostenible y circular, sin compromisos de rendimiento. A su vez, el uso de negro de humo recuperado en la producción de neumáticos nuevos reduce las emisiones de CO₂ en hasta un 85% en comparación con los materiales vírgenes.

En la conferencia, las dos empresas definieron un camino para promover y aumentar el uso de negro de humo recuperado en neumáticos nuevos y otros productos de caucho. Con este fin, destacaron la importancia de la colaboración con las partes interesadas en todos los aspectos de la cadena de valor de la industria del neumático y el caucho.

Juntas, las dos empresas establecerán esta conexión de todos los actores, como fabricantes de neumáticos, proveedores de negro de humo y empresas de tecnología, con el objetivo de acelerar el progreso en la reducción de las emisiones, aumentando el suministro de negro de humo recuperado.

Las empresas publicarán, en 2022, un documento que detallará los requisitos técnicos y las características y soluciones propuestas para aumentar el uso de negro de humo recuperado en neumáticos nuevos.

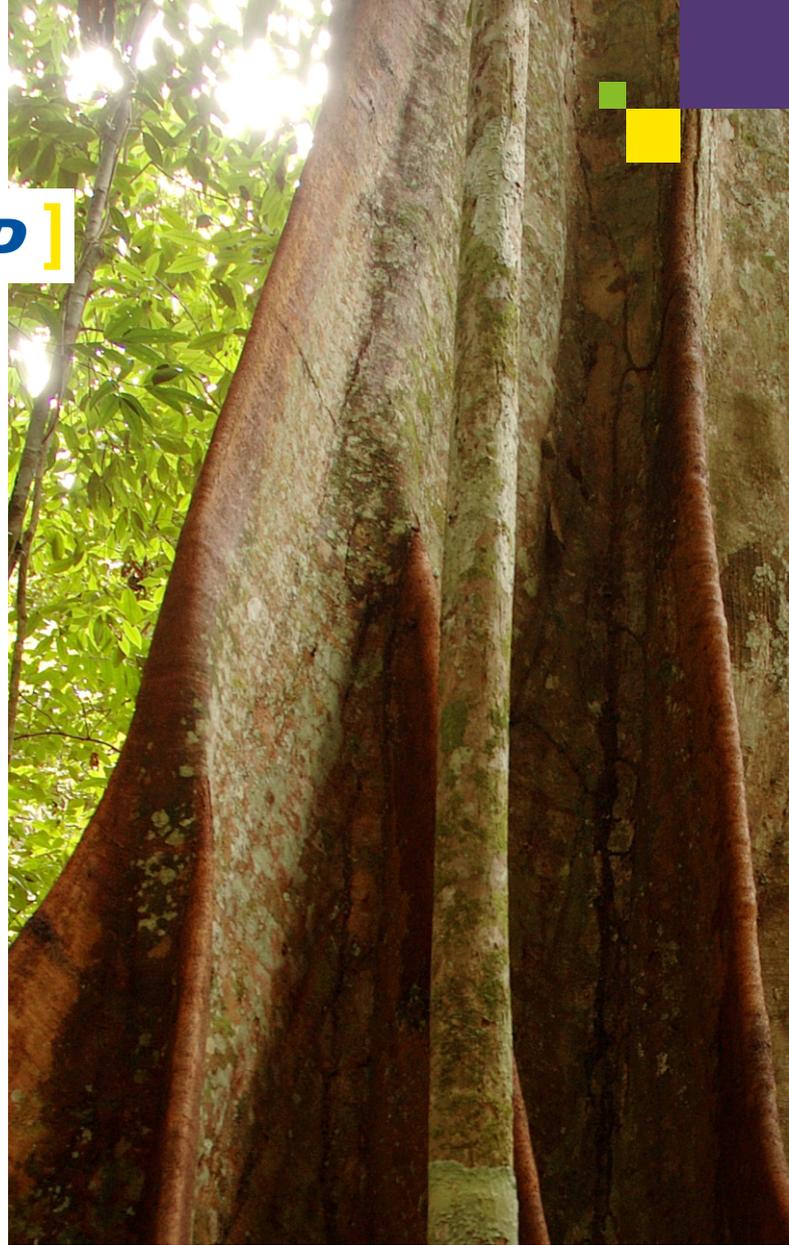


[3.3 BIODIVERSIDAD]

El papel de las empresas es cada vez más relevante para entender, en toda la sociedad, que la biodiversidad, la disponibilidad de recursos naturales, el desarrollo económico y el bienestar social están conectados. Los ciudadanos que cuestionan los hábitos de consumo y producción también aumentan sus exigencias a las empresas de las que adquieren productos y servicios.

Por ello, empresas e instituciones han estado cada vez más atentas a emprender iniciativas que valoren y difundan la importancia de la biodiversidad y promuevan la investigación, conservación y recuperación de la flora y la fauna.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) son compromisos globales propuestos por la ONU, que engloban a la sociedad civil, los gobiernos y las empresas. Por lo tanto, las instituciones privadas desempeñan un papel importante para el logro de estos objetivos.



Comprometidos con esta responsabilidad única, en Michelin, en 2021, intensificamos las acciones de promoción de la biodiversidad con las comunidades, proveedores, clientes y en nuestras industrias, como se muestra en los siguientes proyectos.

ECONOMÍA LOCAL MÁS FUERTE

Como parte de estas acciones, estamos fortaleciendo la cadena del caucho de la extracción en la Amazonía, apoyando a las comunidades caucheras para que conserven el bosque en pie. Esta es la premisa de la nueva alianza firmada entre WWF-Brasil y la Fundación Michelin: 'Juntos por la extracción de caucho en la Amazonía'.

Durante los próximos tres años, nos dedicaremos a generar un impacto económico positivo para 3.800 familias, quienes se beneficiarán directa o indirectamente del trabajo de conservación y manejo de 6,8 millones de hectáreas en 14 Unidades de Conservación en el estado de Amazonas. Nuestro objetivo es comprometer a los extractivistas en la producción de 700 toneladas de caucho, producido y vendido bajo estándares sociales y ambientales previamente establecidos. De esta manera, esperamos fortalecer la economía local de los 15 municipios involucrados. Creemos que la prosperidad económica y la conservación de la naturaleza pueden combinarse, ¡sí!

ENLACE:



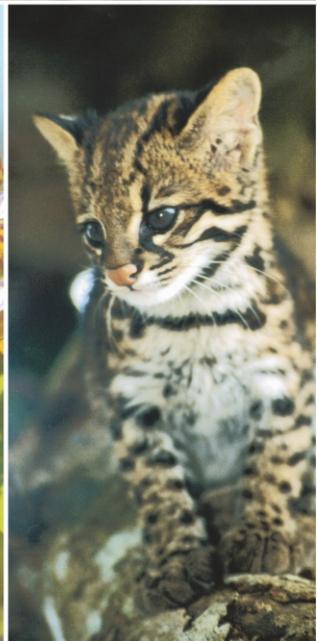
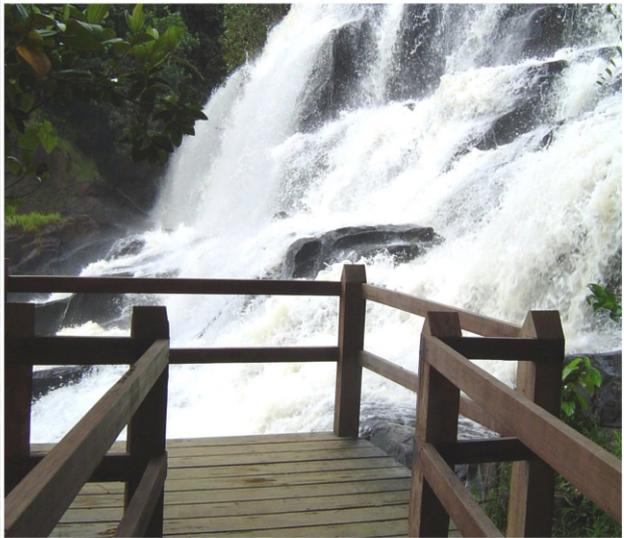
MICHELIN OURO VERDE BAHIA

Destacada en acciones relacionadas con la Comunidad, Ouro Verde Bahia también tuvo una participación significativa en las acciones de Michelin a favor del planeta. El proyecto, uno de los principales programas de desarrollo sostenible del Grupo Michelin, busca una relación equilibrada entre el respeto por el medio ambiente y el desarrollo económico y tiene tres ejes de actuación que han evolucionado en los últimos años.

En el eje Económico-Científico, se crearon variedades de árbol de caucho más productivos y con mayor resistencia al hongo *Microcyclus ulei*; se fomentan las plantaciones de árboles de caucho en la región; se fomenta la diversificación del sistema agroforestal y se amplía la capacidad de procesamiento del caucho natural. Todas estas acciones incluyen el objetivo de generar empleo y renta.

En el eje Ambiental, se destaca la creación de la Reserva Ecológica Michelin, con cerca de 3 mil hectáreas, además de la instalación de un Centro de Estudios de Biodiversidad. También se creó el Parque Cascada de Pancada Grande. Además, se realizan actividades de enriquecimiento de la biodiversidad y educación ambiental para la comunidad y colaboradores de la empresa.

En el eje Social, se creó un Programa de Agricultura Familiar y se instaló una Casa Familiar Rural para la calificación profesional y humana de los jóvenes de la región. Michelin también donó un terreno para la construcción de viviendas y, en sociedad con otras empresas o vía PPP (asociación público-privada), garantizó un puesto de salud, una escuela municipal y telefonía móvil para los vecinos del lugar.



INVESTIGACIÓN Y ASOCIACIONES

En asociación con CIRAD (Centro de Cooperación Internacional en Investigación Agronómica para el Desarrollo), una organización francesa de investigación agronómica y cooperación internacional para el desarrollo sostenible de las regiones tropicales y mediterráneas, Michelin está llevando a cabo un programa de investigación pionero en Ouro Verde Bahia que ya ha llevado al desarrollo de árboles de caucho resistentes al hongo *Microcyclus ulei* – una amenaza para las plantaciones de caucho en todo el mundo.

En 2021, la asociación resultó en el desarrollo de nuevos cultivares con resistencia a tres enfermedades que atacan las plantaciones de caucho en Bahia: tizón de la hoja, antracnosis y costra negra.

También se estableció una nueva sociedad con el Instituto Agronómico de Campinas y con productores de São Paulo. Con este nuevo frente de trabajo, se realizaron pruebas en nuevos cultivares, seleccionados en Bahia y Mato Grosso, para plantarse en campos de investigación en São Paulo. Para el año 2022, el objetivo es seleccionar cultivares para otras regiones de Brasil que sean más resistentes y productivos.



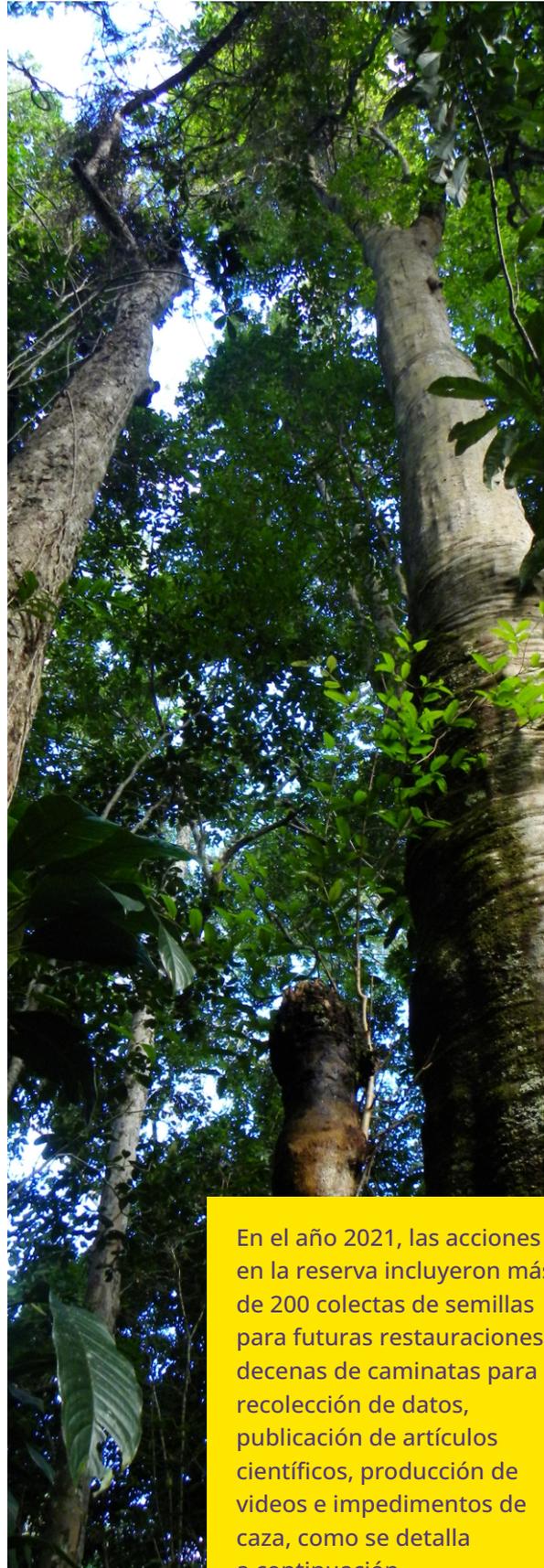


RESERVA ECOLÓGICA MICHELIN

Ubicada entre los municipios de Igrapiúna e Ituberá, a 140km de Salvador, la Reserva Ecológica Michelin (REM) es un área con más de 3 mil hectáreas en el sur de Bahia, reconocida como una de las reservas de Mata Atlántica más protegidas de Brasil. La reserva es parte de Ouro Verde Bahia y también incluye el Parque Cascada de Pancada Grande, con una de las mayores cascadas de la región, de aproximadamente 40 metros de altura.



REM fue creada en 2005 con el objetivo de restaurar y proteger la biodiversidad de la Mata Atlántica, uno de los ecosistemas más amenazados del mundo. La reserva se ha convertido en una oportunidad para que Michelin invierta en reforestación, investigación ecológica y en programas de educación ambiental, y es organizada en cinco programas: protección, restauración, investigación, educación ambiental y ecoturismo en la Cascada Pancada Grande.



En el año 2021, las acciones en la reserva incluyeron más de 200 colectas de semillas para futuras restauraciones, decenas de caminatas para recolección de datos, publicación de artículos científicos, producción de videos e impedimentos de caza, como se detalla a continuación.



PROTECCIÓN, RESTAURACIÓN E INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA EN LA RESERVA



RESTAURACIÓN

- 232 colecciones de semillas para futuras restauraciones.
- Más de 100 especies de plantas en el vivero de plantas nativas.
- 56 caminatas para recolectar datos sobre la fenología de fructificación y floración de las plantas del bosque.
- 25 mil m² restaurados.
- 1.417 árboles de 77 especies plantados en dos áreas de caucho abandonadas.
- Se estableció una sección de **monitoreo adicional**, completando un total de 45 secciones de monitoreo para rastrear la mortalidad y el crecimiento de los árboles plantados.
- 203 tipos de frutas recolectadas.



SEGUIMIENTO A LARGO PLAZO

- 215 plantas registradas para identificación.
- 30 días de recolección de datos para estudiar la fenología de frutos del bosque.



INVESTIGACIÓN ECOLÓGICA/CIENTÍFICA

- 7 artículos científicos publicados.
- 7 proyectos de investigación, con anfibios, aves, abejas y plantas.
- Especies recientemente descubiertas publicadas: *Trichomyia myrmecophila* (mosca polilla), *Lymania involucrata* (bromelia), *Cryptanthus flesherii* (bromelia), hormigas, dos mamíferos grandes, un anfibio.



PROTECCIÓN DE LA RESERVA

- 670 rutas de senderismo.
- 12 intentos de caza prevenidos.
- Menor incidencia de caza en el sitio desde la creación de la reserva.
- Nuevo sendero creado en Río Forest, mejorando la capacidad de patrullaje.



MONITOREO DE LA BIODIVERSIDAD

- Monitoreo completo de árboles de caucho abandonados.
- Más de 7 mil videos de animales grabados en 24 cámaras trampa.
- 103 videos de pumas.
Expansión de la población y distribución del paujil del sudeste, un ave en peligro de extinción.
- Especies adicionales de rapaces nativas.
- 11 pistas de seguimiento recorridas.



SELLO NACIONAL DE AGRICULTURA FAMILIAR

SENAF – Empresas



A partir de 2021, todos los neumáticos producidos en las unidades industriales de Itatiaia (RES) y Campo Grande (CGR), en Rio de Janeiro, salen de fábrica con SENAF, sello otorgado por el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Abastecimiento de Brasil que diferencia a las empresas que utilizan productos oriundos de la agricultura familiar en sus procesos.

El sello tiene como objetivo fortalecer los productos de los diversos segmentos de la agricultura familiar con los consumidores y el público en general. La iniciativa destaca nuestro compromiso con la comunidad de las regiones donde operamos y con la sustentabilidad en la extracción del caucho utilizado en la fabricación de neumáticos.

GRUPO DE TRABAJO PLANETA

Con el objetivo de sensibilizar y comprometer a toda la compañía, priorizar y compartir las acciones de Todo Sostenible, además de dar visibilidad y seguimiento a estas iniciativas, Michelin creó el Grupo de Trabajo Planeta. El grupo, en línea con nuestras directrices relacionadas con las comunidades, la fabricación responsable y la innovación, garantiza que se establezca una gobernanza para ocuparse del problema.

En América del Sur, el grupo actúa de acuerdo con las directrices mundiales de Michelin de conservación de los recursos naturales, lucha contra el cambio climático y la protección de la biodiversidad.

El grupo, iniciado en 2021, tiene un plan definido para finalizar los trabajos en 2023, siempre con el objetivo mayor de alcanzar las ambiciones definidas para 2030 y, a más largo plazo, para 2050.

INDUSTRIA RESPONSABLE

La responsabilidad en las elecciones de una empresa, ya sea en la definición de sus procesos de fabricación o en la relación con proveedores y clientes, es fundamental para la sustentabilidad.

La acción responsable, en la búsqueda de soluciones y la modernización de las prácticas cotidianas de las empresas, hace que los objetivos de negocio sean más amplios que los resultados económicos y que abarquen también ganancias ambientales y sociales.

El Grupo Michelin busca asegurar una transformación positiva de la sociedad a través de nuestra propia actividad productiva. El desempeño sostenible en nuestras unidades industriales fomenta nuevas ideas, invierte en investigación y desarrollo, califica la relación con los proveedores, crea una cultura innovadora y, a través de ella, promueve cambios con impactos positivos para el negocio y la sustentabilidad del planeta.

[3.4 ACCIONES SOSTENIBLES]



PRINCIPIOS DE COMPRAS

El documento Principios de Compras Michelin es una parte importante de nuestra estrategia Todo Sostenible. Para ello, el área de Compras tiene como misión interactuar con los proveedores para generar valor e innovación, en línea con el crecimiento de la compañía.

El documento, que se basa en los valores Michelin, determina e informa con transparencia nuestras directrices para una

conducta ética con los proveedores, además de establecer criterios de calidad, responsabilidad social corporativa y gestión de la relación con los proveedores.

El objetivo es garantizar que las compras realizadas tengan un impacto positivo y sostenible en la economía, el medio ambiente y la sociedad.

La versión actualizada de los Principios de Compras está disponible en intranet, para acceso de los colaboradores, y en internet, para todos los proveedores, clientes y sociedad.



EVALUACIÓN DE PROVEEDORES

Michelin sigue un proceso estructurado para evaluar el potencial y la capacidad que un proveedor tiene para satisfacer nuestras necesidades y el Principio de Compras. Es importante que nuestros proveedores cumplan con los requisitos comerciales, técnicos, de calidad, cantidad, tiempo de entrega y, por supuesto, de desarrollo sostenible.

Para asegurar el desempeño de los proveedores en sostenibilidad, Michelin se apoya en la evaluación de la plataforma global EcoVadis, que se basa en cuatro pilares: medio ambiente, derechos humanos, ética y compras sostenibles. Los puntajes de los proveedores pueden variar de 0 a 100 y, en 2021, el puntaje mínimo requerido para recibir la clasificación Bronze, que los destaca como empresas que tienen un compromiso probado con la sustentabilidad, fue 45, lo que orientó nuestras metas en el Grupo y en América del Sur.

Proveedores clave

Evaluados con la clasificación Bronze:

Grupo

Meta: 59%

Resultado: **61,4%**

América del Sur

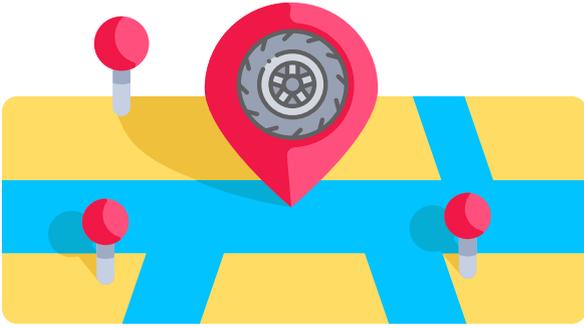
Meta: 25%

Resultado: **58%**

También en 2021, logramos el 96 % de las compras de caucho natural con proveedores mapeados por la aplicación Rubberway, una solución tecnológica que mapea y evalúa prácticas y riesgos relacionados con cuestiones ESG en toda la industria del caucho natural, desde plantas de procesamiento hasta granjas de caucho.

Como el caucho natural tiene un importante impacto social y ambiental, contamos con una Política de Caucho Natural Sostenible (SNR – Sustainable Natural Rubber), que es un referente para los proveedores de esta materia prima del grupo.

Casi todas, o el 96% de las compras de caucho natural en 2021, ya se han realizado con proveedores mapeados por Rubberway.



LOCAL TO LOCAL (L2L)

El programa es una estrategia que tiene como objetivo fabricar y comercializar un producto en una misma región. La estrategia está inextricablemente conectada con la visión Todo Sostenible, ya que se basa en el equilibrio adecuado entre las personas, el desempeño financiero y el planeta.

Es decir, reduce el coste de fabricación de un neumático, reduce las importaciones, contribuyendo así a la reducción del uso del transporte y, en consecuencia, de la emisión de CO₂ a la atmósfera, asegurando, además, una mayor proximidad al cliente.

En los próximos dos años, Michelin pretende invertir en un proyecto industrial en la unidad industrial de Resende, de neumáticos de paseo y camioneta, con el objetivo de hacerla capaz de producir localmente más de 20 dimensiones de neumáticos, lo que le permitirá a la fábrica alcanzar una capacidad de producción de más de 1 millón de unidades por año. Al menos un tercio de esta producción será destinada al L2L.

Otro buen ejemplo de L2L en la unidad industrial de Resende es la implementación de un proyecto de producción local para el cable 19.18 en la planta de Refuerzos Metálicos (RM). Hasta entonces importado, este producto un 100% nacional atenderá la demanda de la fábrica de neumáticos para camiones y autobuses (B2BN) de Campo Grande.



LOGÍSTICA RESPONSABLE

La logística responsable de Michelin trabaja para garantizar que la empresa reciba y entregue los productos correctos, en el lugar correcto, a tiempo y en la cantidad solicitada, en una asociación permanente entre equipos de la cadena de suministro y especialistas en logística que organizan el almacenamiento y el transporte de materias primas, productos semielaborados y terminados a escala nacional e internacional.

Para nosotros, la logística tiene una misión crucial para asegurar una reducción del 15% de las emisiones de CO₂ en 2030, ya que el transporte es uno de los principales responsables de estas emisiones a través de la quema de combustibles fósiles.

Las principales acciones ya realizadas para Todo Sostenible en la logística de Michelin en Sudamérica fueron el inicio del cabotaje en Manaus, el nuevo modal en Chile y la entrega de neumáticos retorcidos.

Además, ya se implementaron otras acciones, como aumento de la ocupación de camiones y entregas directas a los clientes, uso de camiones de doble tren y uso de una máquina compresora de neumáticos (maximizer) en Resende.

Los resultados de estas iniciativas son una reducción del 18% en las emisiones de CO₂ en los últimos diez años, o el equivalente a 8 mil viajes realizados entre Rio de Janeiro y São Paulo, además de una reducción del 5% en las emisiones de CO₂ de 2021 en comparación con el año anterior. Toda esta reducción equivale también a dos camiones menos por día en la flota durante esta década.



PRODUCTOS Y SERVICIOS

Sostenibles por esencia

Nuestros productos y servicios se desarrollan y comercializan de acuerdo con la visión Todo Sostenible, lo que garantiza ahorros de costos para los clientes y reduce la eliminación de neumáticos en la naturaleza.

Los productos B2B del grupo, que son esencialmente sostenibles, tienen como objetivo contribuir a un planeta más limpio y lograr nuestras ambiciones para las próximas décadas.

Ofrecemos neumáticos de alta durabilidad y animamos a nuestros clientes a seguir el concepto Vida Total (neumático nuevo más dos recaps), reforzando el liderazgo tecnológico a favor de una movilidad más sostenible y el empeño por ofrecer seguridad desde el primero hasta el último kilómetro.

Además de la tecnología innovadora de los productos ofrecidos, con lanzamientos con desempeño cada vez más eficiente y menor impacto ambiental, incluidos algunos que permiten una reducción del 4% en el consumo de combustible, también alentamos a los

revendedores a invertir en sustentabilidad, con acciones como Punto de Venta Sostenible y el CBT (Customers Business Team) Movilidad Sostenible.

El Punto de Venta Sostenible es un proceso de evaluación de los puntos de venta, basado en una lista de criterios relacionados con la sustentabilidad: seguridad y bienestar del cliente; seguridad, salud y bienestar de los colaboradores; gestión del agua, la energía y los residuos; atención al cliente y resultado económico. Este es un nuevo concepto de reventa, enfocado en los ejes Económico, Ambiental y Social.

Siendo la reventa uno de los principales canales de interacción entre el cliente y la marca Michelin, es necesario asegurar que los puntos de venta compartan las mejores prácticas de este programa. Los revendedores se destacan ante los clientes como Punto de Venta Sostenible o Punto de Venta Sostenible Líder, identificados con un sello y un tótem.

El CBT Movilidad Sostenible, a su vez, es un círculo de conversación con los transportistas, con el objetivo de explorar el tema de la sustentabilidad y aportar insights.



NEUMÁTICOS ULTRAFLEX

Uso agrícola

- El neumático Ultraflex puede ayudar a “alimentar al mundo”, según un estudio de la universidad británica Harper Adams.
- Este neumático garantiza un aumento de la productividad del 4% y permite una mayor área de contacto del neumático con el suelo, facilitando la tracción de la máquina y la reducción del consumo de combustible y las emisiones de CO₂.



NEUMÁTICO MICHELIN 295 X MULTI ENERGY

- Menor resistencia al rodamiento
- Reducción del consumo de combustible
- Reducción de emisiones de CO₂



XDR4 EXTRA LOAD

Lanzamiento – Neumático para minería

- Seguro, innovador y sostenible, este nuevo neumático aumenta la carga útil, generando beneficios tales como menos camiones en la mina y reducción de emisiones de CO₂.





**[DESEMPEÑO
FINANCIERO]**



El Grupo Michelin tiene un ambicioso impulso de crecimiento hasta 2030 y los resultados ya demuestran que vamos por el buen camino. El compromiso y la capacidad de innovación de los equipos permiten que el grupo combine un desempeño empresarial sostenido, el desarrollo continuo de los colaboradores y el compromiso con las comunidades y el planeta. La capacidad de reinención garantiza el rendimiento.

Al definir la estrategia Todo Sostenible, Michelin reafirma su compromiso de buscar la sustentabilidad también en el desempeño financiero. Es necesario ampliar el volumen de negocios, ya que nuestro crecimiento permite invertir, mantener y generar empleos en toda la cadena productiva y, así, contribuir a la construcción de un mundo mejor.

El objetivo es aumentar las ventas, en promedio, en un 5% anual entre 2023 y 2030, con un énfasis del 20% al 30% en negocios no relacionados con neumáticos.

Para Michelin, las acciones de sustentabilidad no pueden ser puntuales, sino parte de la estrategia empresarial, con objetivos, directrices y metas claras, compartidas con todos los stakeholders: colaboradores, proveedores, clientes, comunidad.

Los resultados económicos de 2021 confirman que, a pesar de las dificultades impuestas por la pandemia del Covid-19 en todo el mundo, Michelin va por el buen camino y diseña ese futuro.

[4.1 NÚMEROS RESULTADOS DE 2021]

RESULTADO OPERACIONAL DE LOS SECTORES

2,966^{B€}

12,5% de las ventas

FREE CASH FLOW ANTES DE LAS ADQUISICIONES

1,464^{B€}

ROCE

10,3%

10,5% objetivo 2023-2030

[4.2 PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS]

El reconocimiento público a través de premios es un reflejo de la consistencia de Michelin en el camino Todo Sostenible, desempeñando un papel importante para revertir el desgaste ambiental y social que ha demostrado ser tóxico para el planeta.

Con base en este reconocimiento, renovamos nuestro compromiso y empeño de trabajar incansablemente para honrar las aclamaciones que tanto orgullo aportan al equipo involucrado en estos logros y alientan a los equipos a buscar más.

General Motors – Premio de Proveedor de Excelencia de Calidad 2020



En 2021, Michelin recibió el premio por cuarta vez en Sudamérica y Brasil por sus actividades en el año anterior. El reconocimiento demuestra la capacidad de la empresa para cumplir, e incluso superar, los requisitos de calidad del cliente. Para premiar a sus proveedores, GM se basa en 13 criterios, relacionados con la conformidad de los componentes suministrados, el desempeño en el sistema de gestión de calidad y la eficiencia en la entrega.

Grupo Paccar – DAF Caminhões – Certificado Global 10 PPM



El Grupo Paccar reconoció, por segunda vez, el desempeño de Michelin en la categoría de proveedores de neumáticos para Transporte de Larga Distancia, gracias al rigor de la empresa en la entrega de piezas sin defectos, en las cantidades y plazos establecidos por los clientes.

EcoVadis Platinum Medal



Responsable de evaluar a más de 75 mil empresas de más de 200 sectores de acuerdo con sus impactos de sustentabilidad basados en evidencias documentadas, EcoVadis reconoció a E. Michelin Plantations (PEM) en su premio en 2021.

Hay cuatro temas principales evaluados: medio ambiente; trabajo y derechos humanos; ética y compras sostenibles, que cubren siete indicadores en 21 criterios de sustentabilidad diferentes.

En la evaluación anual de sustentabilidad llevada a cabo por EcoVadis, PEM obtuvo una puntuación de 76/100 y se ubicó en el 1% superior, lo que resultó en la certificación de la medalla Platinum de uno de los proveedores más importantes y confiables de calificaciones de sustentabilidad corporativa.



***[HACIA 2050:
UNA INVITACIÓN AL FUTURO]***



El plan **Michelin en Movimiento**, que está en marcha con objetivos bien definidos hasta 2030, es parte de la estrategia Todo Sostenible, que llevará a la compañía por un camino de innovaciones que le permitirá alcanzar, en 2050, la neutralidad de carbono y la producción con materiales **100% sostenibles**.

El concepto Vision, que ya ha permitido la producción del prototipo Uptis, el primer neumático sin aire del Grupo Michelin, es la fuente de inspiración para lograr este objetivo. Además de ser biodegradable y conectado, Vision permite la reimpresión del dibujo de su banda de rodamiento según el piso.

Si la invención de la rueda revolucionó la movilidad y cambió el rumbo de la humanidad, las próximas décadas profundizarán esta revolución, con neumáticos anti perforación, reciclables, con capacidad de regeneración y cada vez más inteligentes.

Michelin liderará estos cambios, actuando hoy y en las próximas décadas “con, alrededor y más allá de los neumáticos”.

Pero ese futuro se construye en el día a día de la empresa. Un futuro construido ahora. Descubre las principales palancas de innovación.



5.1 PROYECTOS TECNOLÓGICOS Y DE INNOVACIÓN

MOVIN'ON



Movin'On es un ecosistema de innovación conjunta para la movilidad sostenible creado por Michelin en 2017. Desde entonces, el proyecto ha ido evolucionando de forma incesante y se ha acelerado aún más con la pandemia mundial del Covid-19, cuando hemos podido vivir un cambio en los estándares de movilidad y transformación en los balances del transporte a escala planetaria.

Así, la acción conjunta propuesta por Movin'On se hace fundamental para garantizar una movilidad sostenible.

Las aproximadamente 250 organizaciones públicas y privadas involucradas en el proyecto se reúnen anualmente en Movin'On Summit para discutir las tendencias globales de movilidad. En 2021, Michelin Sudamérica garantizó la participación en el evento de más de 300 periodistas de Argentina, Brasil, Chile y Colombia, que reunió a algunas de las personalidades más relevantes y activas a nivel mundial a favor de la movilidad sostenible, del planeta y la sociedad.

En cuatro días, alrededor de 80 oradores internacionales abordaron perspectivas de cinco debates actuales: (i) cambios en los comportamientos del consumidor relacionados con la pandemia y el impacto en la cadena de suministro; (ii) acciones contra el cambio climático en colaboración con los sectores de transporte, energía e infraestructura; (iii) la migración de la economía circular a la economía regenerativa, que permite un impacto positivo a través de la regeneración de recursos; (iv) necesidad de implementar planes de movilidad urbana para integrar nuevas soluciones de movilidad al transporte existente y (v) el derecho universal a la movilidad segura e inclusiva, que garantiza el acceso al empleo, la salud y la educación.

Durante Movin'On 2021 también se anunciaron dos novedades para acelerar el desarrollo de una movilidad cada vez más sostenible: Wing Sail Mobility (WISAMO), una solución innovadora para colaborar con la descarbonización del transporte marítimo, y un nuevo neumático de alto rendimiento para el motosport, fabricado con un 46% de materiales sostenibles. Los lanzamientos fueron proyectados para hacer que el transporte sea más eficiente mientras se conservan los recursos naturales.



MICHELIN FLOTAS CONECTADAS



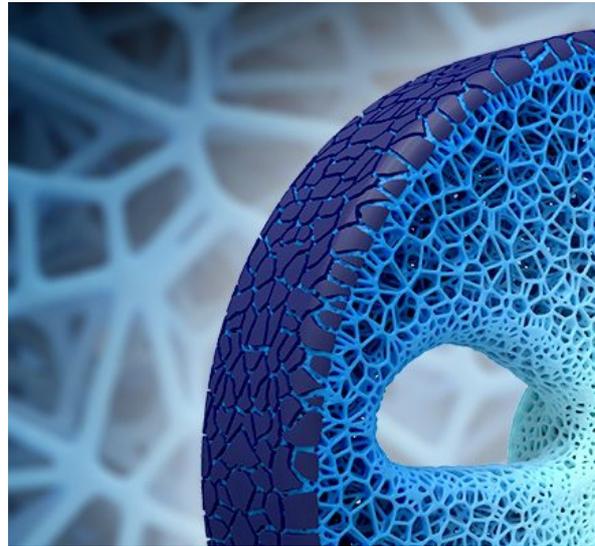
En noviembre de 2021, Michelin Chile lanzó Michelin Flotas Conectadas, una herramienta tecnológica de gestión de flotas que garantiza un importante diferencial en el transporte terrestre y la logística.

Con la iniciativa, será posible elevar los niveles de seguridad de los vehículos de carga, promover la conducción responsable, reducir los accidentes y los costos operativos. Esto será posible con el uso de diversas tecnologías que aumentarán la rentabilidad y productividad de las flotas, con efectos positivos para el medio ambiente.

La solución apunta a atender no solo a los transportistas de carga, sino también a los pasajeros y al transporte en general. Es decir, la solución que ya se ofrecía para vehículos pesados ahora está disponible para flotas de automóviles, furgonetas o camiones pequeños, que pueden incorporar diversos servicios, como seguimiento logístico, control de costes y gestión avanzada.

Michelin Flotas Conectadas cumple la misión y el compromiso de Michelin de promover la movilidad sostenible en todo el mundo, ofreciendo soluciones avanzadas para aumentar el rendimiento del negocio de transportes.

INNOVATION DAY



Michelin celebra un evento bianual promovido por el Departamento de Compras que reúne a socios, proveedores y colaboradores para fomentar ideas en el campo de la innovación. Este evento está alineado con la misión de crear valor con la implementación de nuevas tecnologías para una movilidad cada vez más sostenible.

La iniciativa promueve una oportunidad para renovar conocimientos, captar nuevas soluciones tecnológicas y promover una cultura de innovación que nos impulse a buscar el mejor equilibrio entre personas, desempeño y planeta.

En 2021 se llevó a cabo la segunda edición del programa en el transcurso de una semana, esta vez íntegramente en línea, con presentaciones en webinars realizados por la mañana.



ASOCIACIÓN AÉREA

En 2021, Azul y Michelin también desarrollaron conjuntamente un plan para el futuro del planeta.

Con un plan para simplificar el transporte de neumáticos comprados por la aerolínea y con salida de Tailandia a Campinas, en São Paulo, las empresas prevén una reducción de 103 toneladas de emisiones de dióxido de carbono por año. El proyecto comenzó con el mapeo de la cadena logística por parte de Michelin, lo que condujo a una simplificación en la ruta de los contenedores.

A partir del segundo semestre de 2021, las cargas salieron de Tailandia directamente al Puerto de Santos o al Aeropuerto de Guarulhos, desde donde son transportadas al hangar de Azul en Campinas (SP). Además de reducir las emisiones, la solución logística también redujo el tiempo de transporte de neumáticos de Tailandia a Brasil de 83 a 46 días.

En el aire, Michelin también renovó su asociación con Air France como proveedor de la aerolínea por otros 10 años. Sin embargo, la asociación no solo brinda el suministro de neumáticos, sino también soluciones innovadoras para ayudar a la empresa a cumplir su objetivo de reducir las emisiones de carbono por pasajero y kilómetro hasta en un 50% para 2030.

Esta ampliación del alcance de la asociación es posible gracias a la reciente diversificación de áreas de actividad y know-how de Michelin, que pueden proporcionar resinas ecológicas de alto rendimiento y su experiencia en impresión 3D de metal y plástico, además de los canales de reciclaje.

VEHÍCULO SOSTENIBLE

Otra novedad con la mirada puesta en el futuro sostenible es la incorporación del primer camión el 100% propulsado por Gas Natural Vehicular (GNV), o biometano, a la flota que transporta entre las unidades de Campo Grande (CGR) – una de las más grandes de Michelin en el mundo – y São Bernardo do Campo (SP) – donde se encuentra uno de los centros de montaje.

Desde Translute, el vehículo garantizará una reducción del 15% en las emisiones de CO₂ cuando funcione con GNC – ahorros equivalentes a plantar 280 árboles al año –, y hasta un 90% cuando funcione con biometano.





PRODUCTOS Y SERVICIOS: SOLUCIONES SASCAR



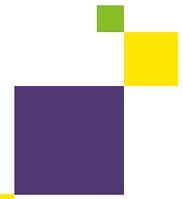
Sascar suma iniciativas para colaborar con la construcción de un futuro más seguro y sostenible, de acuerdo con los valores de respeto al medio ambiente y a las personas.

La compañía cree que la movilidad es fundamental para el desarrollo humano y, por ello, cada año aumenta su contribución a la conectividad del transporte, permitiéndole ser más eficiente, seguro y sostenible.

Para ello, en 2021 lanzó dos nuevas soluciones para clientes, la Smart Camera, una solución digital que garantiza la seguridad de las cargas y la integridad de los conductores, y Smart Reports, para el análisis y diagnóstico de los principales indicadores de funcionamiento de la flota.

El primero identifica comportamientos inapropiados o potencialmente peligrosos del conductor dentro de la cabina y en el tráfico, con el objetivo de evitar accidentes en tiempo real y brindar más agilidad en la investigación de incidentes, además de ser una herramienta para la mejora continua de la conducción y la reducción de costos.

Smart Reports, por su parte, brinda información para que el administrador tenga una visión completa de la flota y los conductores y pueda crear planes de acción para mejorar sus resultados en términos de desgaste de componentes, consumo de combustible, prevención de accidentes, productividad y control de costos.



EPÍLOGO... ¿O PRÓLOGO?

Lo que aquí podría ser el final de nuestro informe de actividad de 2021, para Michelin, es un comienzo. Estamos ya en el prólogo de nuestro futuro, escribiendo con tintas de colores de la diversidad y los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible) las páginas en blanco en las que pretendemos contar nuestra evolución en curso.

Vayamos juntos hacia ese futuro, que nos espera allí en frente, pasando pronto la página, con la certeza de estar en el camino correcto. El camino que prioriza a las personas, en equilibrio con el planeta y nuestros negocios.

Este balance de actividades ESG fue desarrollado por el área de **Comunicación & Marcas**, con aportes de todas las áreas involucradas.

Presidente de Michelin América del Sur
Feliciano Almeida

Directora de Comunicación & Marcas
Glaude Ferman

Coordinación del Reporte
Tatiana Amorim
Responsable de Imagen & Marcas

Redacción y Diagramación
Alter Contenido Relevante

Traducción
Speñglish

