



PRESENTE





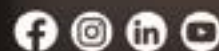
estamos

para darte el seguro más completo.
Junto a vos, en todo momento, acompañándote.



sancorseguros.com.ar

0800 444 2850



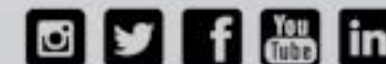
Nº de inscripción en SSN
0234

Atención al asegurado
0800-666-8400

Organismo de control
www.argentina.gob.ar/ssn



Vaca Muerta, Argentina



ESTAMOS DONDE SE CONSTRUYE EL FUTURO

Brindamos soporte a la industria energética argentina para enfrentar los desafíos que presentan las formaciones no convencionales gracias a nuestra infraestructura y experiencia, únicas en el país. Nuestras soluciones tubulares están respaldadas por innovación constante tanto en el producto como en el servicio, buscando cada día ofrecer resultados superadores.



Invertimos en educación.

Desde hace más de 20 años promovemos la excelencia educativa en nuestras regiones.

Ranpak llega a la Argentina de la mano de DIMAGRAF

Soluciones de embalaje y protección sustentable.



RELLENO

Fije sus artículos en su posición.



El material de relleno es papel que se utiliza para ocupar el espacio vacío de la caja de su envío y fijar los productos en su posición.

Los rellenos basados en papel ofrecen unas excelentes propiedades físicas en lo relativo a la amortiguación de impactos y a la protección de los productos frágiles y, a la vez, son más sustentables que las alternativas de plástico.



ENVOLTORIO

Protección de la superficie y reducción de incidencias.



Los sistemas Geami® utilizan procesos patentados para convertir papel ecológico en embalaje que evita daños, incluyendo problemas causados por impactos internos cuando múltiples artículos se empaquetan juntos.

Geami® es la combinación de papel Kraft troquelado con una intercapa de papel de seda.



AMORTIGUACIÓN

Protección y fijación.



La amortiguación se utiliza para proteger los artículos frágiles durante su transporte.

Reduce considerablemente el riesgo de que el contenido de la caja sufra daños y evita las subsiguientes devoluciones.



AISLACIÓN TÉRMICA

Soluciones para cadena de frío.



Las soluciones para la cadena de frío están 100% basadas en papel de Ranpak, utilizan almohadas hechas en tiempo real para proteger los empaques de las variaciones térmicas y los daños físicos.

Ofrecemos la única solución fácilmente reciclable y sin el agregado de productos químicos nocivos o materiales plásticos.

Más Información

E-mail | ranpak@dimagraf.com.ar

WhatsApp | 011 3606-3333

Ranpak | DIMAGRAF



PEPSICO

“

Con **pep+** buscamos transformar nuestra forma de generar valor inspirando un cambio positivo para el planeta y las personas.

”

Ramón Laguarda CEO de PepsiCo.



AGRICULTURA POSITIVA

COMPRANDO cultivos e ingredientes de una manera que acelera la agricultura regenerativa y fortalece las comunidades agrícolas



CADENA DE VALOR POSITIVA

FABRICANDO nuestros productos de una forma que construya una economía inclusive y circular



ELECCIONES POSITIVAS

INSPIRANDO a las personas a través de nuestras marcas a tomar decisiones que creen más sonrisas para ellos y para el planeta



Meetings & Events
by Club Med

La posibilidad de combinar trabajo y placer en el mismo lugar.

#WORKTAINMENT

Congresos | Viajes de Incentivos | Convenciones | Programa de premiaciones | Reuniones de Trabajo | Seminarios | Exclusividades

Para más información: 54(11) 6842-5063 o 54(11) 6842-5064
grupos.ar@clubmed.com | <https://www.clubmed.com.ar/meetings-and-events>

Celebramos
30 años en Argentina
junto a toda la industria



**Cambiando un poco,
cambiamos mucho.™**

Una plataforma que busca ayudar al mundo a partir de pequeños cambios.

Porque entre todos, incluso el cambio más pequeño puede tener el impacto más grande.



¿Querés saber más?
¡Escaneá el código!

TECHNO MELT®

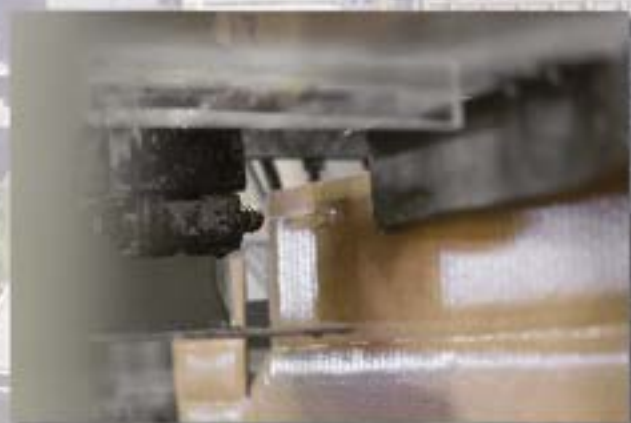
Adhesivos Hot-Melts

AQUENCE®

Adhesivos Acuosos

LOCTITE®

Adhesivos Poliuretánicos



PRODUSER

DISTRIBUIDOR OFICIAL

Henkel

Produser Sudamericana S.R.L. Primera Junta 5316.
Tel: (54-11) 4683-2958 - admin@produsersrl.com.ar



Casas inteligentes

 **Dueños inteligentes.**

Y un banco que piensa en ellos.

 **BANCO Hipotecario**

El Banco del Hogar

#SmartPrintShop



PUSH TO STOP

Push to Stop es nuestro enfoque de futuro para la producción gráfica 'smart'. Con máquinas y procesos inteligentes interconectados en red que organizan y ejecutan todos los trabajos de impresión. De manera completamente autónoma. El usuario sólo debe intervenir en caso necesario. Así gana tiempo para concentrarse en las cosas verdaderamente importantes. **Simply Smart.**

Para conocer más, lo invitamos a contactar a su ejecutivo en Hagraf.



HAGRAF

www.hagraf.com • info@hagraf.com

business partner of
HEIDELBERG

Un futuro sustentable

Nos inspira la naturaleza

Por eso elaboramos nuestros productos a partir de las fibras renovables de eucaliptus.

Un ciclo virtuoso que comienza y termina en la tierra, una y otra vez. Papeles premium para packaging, impresión, escritura y productos para la higiene.

100% reciclables y biodegradables. **Nuestro compromiso por un futuro sustentable para todos.**



Seguinos en RR.SS.:



CELULOSA ARGENTINA

KASEN



INSTITUTO ARGENTINO DE
RESPONSABILIDAD SOCIAL
Y SUSTENTABILIDAD



Somos una organización pionera y referente en el desarrollo de un amplio abanico de *herramientas* y *contenidos* sobre

Gestión de la Sustentabilidad y la Responsabilidad Social

/IARSE

@IARSE

/IARSE

@iarsesustentable

www.iarse.org



Somos más de **9.000** personas en Argentina y Brasil que con orgullo y pasión hacemos que llegue eso que te importa.



Vinculamos a grandes empresas, pymes, emprendedores y consumidores; con la mejor tecnología.



Trabajamos todos los días en el desarrollo de soluciones logísticas para seguir llegando a cada rincón del país de forma simple segura y sustentable.



Llevamos lo que te importa.

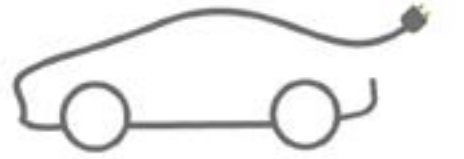


RESA **TODA** LA VÍA PÚBLICA
TODA LA VÍA PÚBLICA
DA LA VÍA PÚBLICA EN
LA VÍA PÚBLICA EN UN
BLICA EN UNA SOLA EN
CA EN **UNA** SOLA EMPR
NUNA SOLA EMPRESA
SOLA EMPRESA TODA



Av. del Libertador 6550 - Piso 11 - C1428ARV - Buenos Aires
Tel.: [011] 4896-2015 - wallstreet.com.ar

etia



cargadores para
vehículos eléctricos



GUTENBERG

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA

*Hoy más de 50 empresas trabajan
juntas para formar a los profesionales
de la industria gráfica*



www.fundaciongutenberg.edu.ar

[/FGUTENBERG](https://www.facebook.com/FGUTENBERG)

Belgrano 4299 • CABA • Argentina • t. 54 11 4981-5389 • dirgral@fundaciongutenberg.edu.ar

Penguin
Random House
Grupo Editorial



*Fundación **20 años**
Metropolitana*

La app que conecta
a tu empresa



JobSmile

Nuevo paradigma
en comunicación

www.aynou.com



DESCARGÁ LA APP
PRESENTE RSE



PORTAL DIARIO DE NOTICIAS
TODA LA INFORMACIÓN SOBRE
RESPONSABILIDAD SOCIAL



www.presenteRSE.com



PRESENTE RSE



@presenteRSE



@presente.RSE



ELIANA BANCHIK, CEO DE MICHELIN ARGENTINA, PARAGUAY Y URUGUAY

PRESENTE MULTIMEDIO



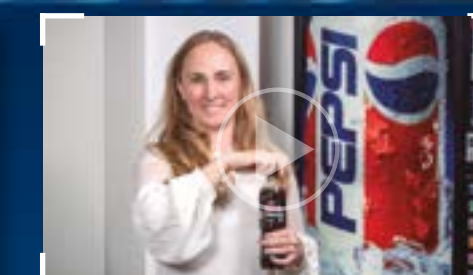
JUAN MARTIN, GERENTE GENERAL DE LENOVO ARGENTINA, CENTROAMÉRICA Y CARIBE.



EDUARDO GORCHS, CEO DE SIEMENS SUDAMÉRICA (SIN BRASIL)



OSCAR JAERN, CEO DE SCANIA ARGENTINA



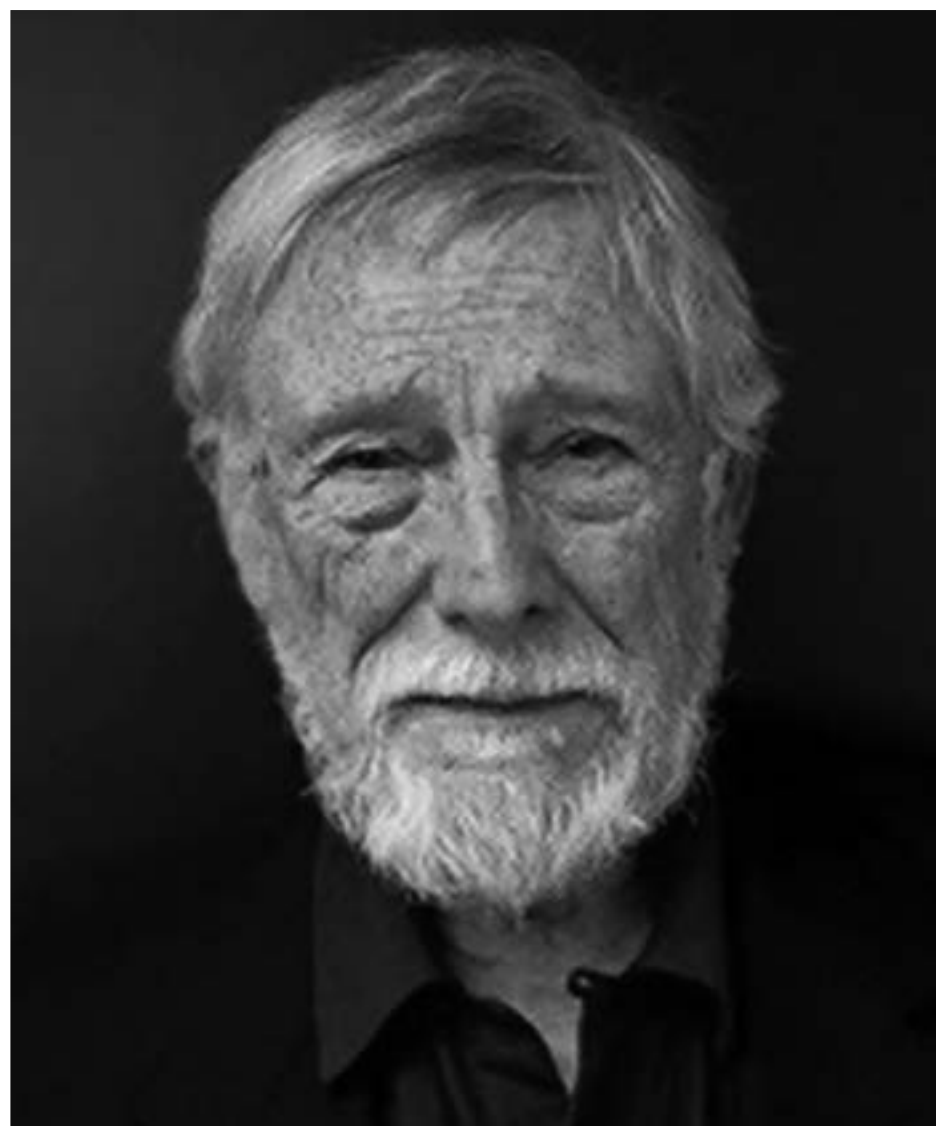
MARIANA GALLO - GERENTA GENERAL DE PEPSICO BEBIDAS PARA ARGENTINA Y URUGUAY



ARCÁNGEL MAGGIO
Mucho más que una industria gráfica

Los sellos PEFC y FSC® garantizan al consumidor que el papel
ha sido producido de manera responsable,
contribuyendo a la conservación de los bosques.





“LA NATURALEZA NO ES UN LUGAR PARA VISITAR. ES EL HOGAR”

Gary Sherman Snyder (1930-), poeta y activista estadounidense



LA MISIÓN DE NUNCA DEJAR DE APRENDER

Si la educación es la preparación para la vida, es fundamental que esté atravesada por la sustentabilidad, dado que el amor y el respeto por nuestro entorno van a definir las decisiones que tomamos y las acciones que ejecutamos. A esta premisa debemos agregar un factor clave: nunca dejamos de aprender, por lo que la mencionada preparación para la vida ocurre mientras esta sucede y requiere nuestra total atención y empatía para implementar lo aprendido e incorporar nuevas dinámicas.

Saber qué pasa y saber cómo ayudar, de eso se trata. Tan simple y compleja al mismo tiempo, esta es la manera más clara para apreciar cómo la comunicación es el vehículo hacia los cambios que se necesitan. Las crisis actuales requieren acción, y a su vez la acción debe basarse en información. Una cadena atravesada por el mensaje y su rol clave en todos los cambios de paradigma, pero sobre todo en este que sucede en una era de sobreinformación difícil de gestionar.

Si nos detenemos en el concepto de educación ambiental, que suele describirse como un proceso para investigar sobre temáticas ambientales, involucrarse en la resolución de problemas y tomar medidas para mejorar el medio ambiente, es pertinente agregar una característica trascendental: como todo proceso educativo, la educación ambiental es un espacio de debate en el que aprender y enseñar deberían integrarse para dar como resultado ideas nuevas y adecuadas a cada contexto.

Los invitamos a recorrer las páginas de una nueva edición de PRESENTE, en las que, a través de los valiosos testimonios que nos acompañan, buscamos justamente aportar a un aprendizaje que no debe tener fecha de finalización, sino que debería ampliarse y compartirse para generar cada vez más y mejores formas de convivencia con las personas y el planeta.

Gracias por acompañarnos.

AÑO XV Nº71 - MARZO/ABRIL 2023

EDITOR
SEBASTIÁN MAGGIO

GERENTE GENERAL
MARTÍN VELAZCO

COORDINACIÓN EDITORIAL
ELENA MOREIRA
GIANELLA DI BENEDETTO
info@presenterse.com

DISEÑO GRÁFICO
JESSE LUNAZZI
RODRIGO LASCANO

IMPRESIÓN
ARCÁNGEL MAGGIO

DEPARTAMENTO COMERCIAL
VICTORIA AZPEITIA
v-azpeitia@presenterse.com
comercial@presenterse.com

AGRADECIMIENTOS
ROBERTO PELONI

PRENSA Y COMUNICACIÓN
SABRINA CERIZOLA

FOTOGRAFÍA
PATRICIO PÉREZ
NICOLÁS PÉREZ

PRESENTE RESPONSABILIDAD SOCIAL
info@presenterse.com

PRESENTE RSE es una publicación editada por EDITORIAL ACCIÓN S.A.
www.presenterse.com

El editor no se responsabiliza por el contenido, opiniones y mensajes vertidos en los artículos. Prohibida su reproducción total o parcial.

PRS se imprime en papel certificado por el FSC® (Forest Stewardship Council®). Este papel proviene de bosques gestionados responsablemente.



Seguinos en
editorialaccion

30

EMPRESA RESPONSABLE
MICHELIN

“UNA EMPRESA INCLUSIVA ES MÁS COMPETITIVA, MÁS INNOVADORA Y MÁS CREATIVA”



46

INNOVACIÓN
ASUS

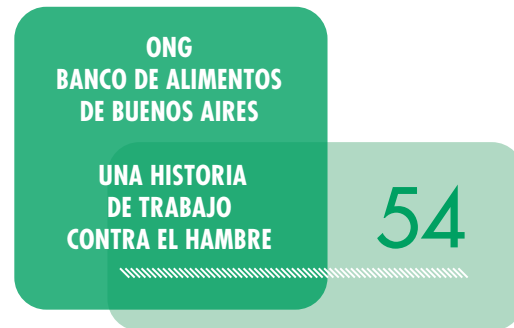
“EL COMPROMISO DE ASUS CON EL USUARIO ES FUNDAMENTALMENTE LA INNOVACIÓN”



ONG
BANCO DE ALIMENTOS DE BUENOS AIRES

UNA HISTORIA DE TRABAJO CONTRA EL HAMBRE

54



38

EMPRESA RESPONSABLE
VESTAS

LAS ENERGÍAS RENOVABLES COMO SOLUCIÓN AMBIENTAL Y ECONÓMICA



60

EMPRENDEDOR RESPONSABLE
FRANCISCO MURRAY
POR UN IMPACTO POSITIVO



66

CUESTIONARIO RESPONSABLE
BBVA
MARÍA MARTHA DELEONARDIS



74

INFORME ESPECIAL
CONSTRUCCIÓN SOSTENIBLE: CÓMO AVANZA EL SECTOR



86

PERSONAJE
ROBERTO PELONI
“REPENSARSE ES UNA OBLIGACIÓN”



68

POLÍTICA RESPONSABLE
MARÍA DE LAS MERCEDES JOURY

“CUANDO UN PAÍS TIENE MEJOR CALIDAD INSTITUCIONAL ES CUANDO MEJOR LE VA”



80

NEGOCIO RESPONSABLE
SUSTENTABILIDAD PUERTAS ADENTRO: UN EQUIPO INFORMADO Y COMPROMETIDO



92

TURISMO RESPONSABLE
LA COMUNIDAD QUE PROTEGE A LAS TORTUGAS EN COSTA RICA



“UNA EMPRESA INCLUSIVA ES MÁS COMPETITIVA, MÁS INNOVADORA Y MÁS CREATIVA”

Eliana Banchik, CEO de Michelin Argentina, Paraguay y Uruguay, es la primera mujer en alcanzar este puesto en una compañía de neumáticos en nuestro país. En esta entrevista habla, entre otras cosas, del liderazgo con perspectiva de género y diversidades.





En la puerta de las oficinas de Michelin Argentina, el ya célebre muñeco de neumáticos recibe al equipo de PRESENTE con los brazos abiertos. En el año 2000, el muñeco Michelin fue elegido el mejor logotipo del mundo por el diario *Financial Times* y la revista *Report On Business*, debido a su trayectoria y al gran carisma con que conquista al público. “En 1894, en la Exposición Universal y Colonial de Lyon, Édouard Michelin vio dos pilas de neumáticos que decoraban la entrada y le dijo a su hermano André: ‘Con dos brazos y dos piernas, parece un muñeco’. Ese fue el origen”, cuenta Eliana Banchik.

Licenciada en Comercialización en la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (UCES) y con una maestría en Administración de Negocios en la Universidad Tecnológica Nacional (UTN), Eliana trabaja en Michelin desde hace 24 años y desde 2019 es la presidenta de la compañía, un rubro que se asocia tradicionalmente a hombres. “La sociedad está cambiando mucho. En Michelin Argentina el 50 por ciento del equipo directivo somos mujeres hace más de 15 años, siempre hubo diversidad”, dice Eliana. Del liderazgo con perspectiva de género y de las acciones de esta compañía líder mundial en neumáticos, entre otras cosas, habla en esta entrevista.

¿Cómo fue tu recorrido en la empresa?

Este año voy a cumplir 24 años en Michelin. Entré en el área de Atención al Cliente, contestando el teléfono para consumidores, usuarios, clientes de

la red de distribución. Trabajé en distintos puestos, como en la estimación de neumáticos para permitir a las fábricas hacer su planificación inicial, en precios (investigación de mercado), después estuve a cargo de la gerencia de Marketing unos siete años hasta llegar a la presidencia de la compañía en 2019.

¿Estabas estudiando cuando empezaste? ¿Querías trabajar en una empresa de estas características?

Sí, estaba estudiando en la universidad. Yo trabajé en otras compañías, más locales, en rubros más chicos, y cuando estudiaba Marketing quería entrar en una multinacional. Entrar a Michelin, con el peso que tiene la marca, con todo lo que significa el muñeco en términos de relación con el consumidor, es algo a lo que muchos aspiran, así que me puse supercontenta cuando lo conseguí. Valoro y agradezco haber entrado en el área de servicios sobre todo para mi puesto actual, porque me permitió tener hoy una visión mucho más completa y general, y entender al cliente por el hecho de haber hablado con él todos los días. Después, fue muy bueno haber estado en Marketing, con una marca tan reconocida y valorada por los argentinos. Este año cumplimos 110 años de presencia ininterrumpida en el país, así que para mí también es una celebración personal haber estado en el centenario primero y en los 110 años ya como directora. Es supergratificante trabajar acá, porque es una marca muy querida por los argentinos, lo cual no es casual. Siempre tuvimos innovaciones en productos y servicios, hemos traído los primeros neumáticos radiales a mediados del si-

glo pasado, lo que significó una transformación total del mercado a nivel mundial, son los neumáticos que usamos todos los días. Después se inauguró la división Michelin Flotas Conectadas, fueron muchos cambios que nos permitieron ser reconocidos como una marca innovadora, pero también cercana.

¿Cómo está compuesta la compañía en la Argentina?

Hay 1200 empleados entre directos e indirectos, con una composición diversa e inclusiva que es parte de nuestro modelo de sustentabilidad, con gente trabajando en el área Comercial Técnica, dando asesoramiento en distintos mercados (camiones, fuera de rutas, mercado agrícola, construcción, minería, motos, etc.). Es importante brindar asesoramiento para que se pueda utilizar el mejor neumático en cada mercado. Tanto con los neumáticos como en nuestra división Flotas Conectadas, podemos aportar a reducir la huella ambiental y el consumo de combustible, por el impacto en emisiones de gases tóxicos, pero también por lo que tiene que ver con la eficiencia del transporte o del productor agropecuario. Un mejor neumático permite un mejor cuidado del suelo para que la planta tenga mayor rendimiento por hectárea. También tenemos las áreas de Atención al Cliente, Administrativa, la de Marketing y la de Servicios.

¿Cuántas fábricas hay y dónde están ubicadas?

Tenemos 68 fábricas en todo el mundo. En la Argentina, hay cinco plantas industriales de recapado en Santa Fe, Córdoba, Tucumán, Misiones y



Buenos Aires. Una vez que el neumático se utiliza, el recapado permite reconstruirlo, se le pone una banda de rodamiento nueva mediante un proceso industrial que da como resultado un neumático nuevo. Lo interesante es que, por un lado, es una ventaja económica, porque sale un 45 por ciento menos, y, por otro, da más prestaciones en términos de seguridad, de rendimiento, de ahorro de combustible. En cuanto a lo ambiental, reduce muchísimo la cantidad de neumáticos fuera de uso. Es muy estratégico. A su vez, las distintas fábricas en el mundo nos proveen en función del producto que más necesitamos. La Argentina tiene muchos tramos de ruta recta en los que se va a gran velocidad, muy distinto a otros países de Sudamérica, que tienen rutas más curvas o montaña en donde no se puede sostener una gran velocidad. Para eso, hacemos el trabajo de asesoramiento: a qué velocidad va el transportista, cuándo, para qué, y de esa manera vemos cuál es el mejor producto para cada necesidad.

Ya que nombraste Michelin Flotas Conectadas, contanos cómo es el convenio de cooperación técnica que firmaron con el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA).

Estamos superorgullosos. El objetivo es investigar las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) a través de un sistema de monitoreo que va a relevar datos. Durante tres años, se evaluarán las emisiones reales para confeccionar una "Tabla Argentina", que va a ser de acceso público. Actualmente, se estima que el 23 por ciento de las emisiones globales de dióxido de carbono son generadas por el transporte de carga. Este relevamiento es el primero en su tipo. Se van a medir unos 1300 camiones de carga: el consumo en rutas y autopistas de todo el país, el régimen de revoluciones por minuto, velocidad, distancias, tiempos, rutas recorridas, consumo instantáneo y promedio de combustible, entre otros parámetros. No es lo mismo un camión que va en ruta recta a uno que va en curva, el comportamiento del motor es diferente. Analizamos el comportamiento en la Argentina, con nuestra temperatura, nuestro suelo, nuestra dinámica del tránsito. Cada unidad va a estar monitoreada por Michelin Flotas Conectadas a través de un sistema de sensores que le aporta un paquete de datos al servidor de Michelin cada 90 segundos. Para garantizar confidencialidad, la empresa le da a cada unidad un identificador único. La información solo va a ser interpretada a partir de variables como marca, modelo, año, kilometraje y configuración, sin detallar patente o propietario. Para nosotros es un proyecto superdesafiante, y es sumamente útil para la logística general del país.

“Queremos que más mujeres se incorporen a la empresa”

¿Qué nos podés decir acerca de las políticas con perspectiva de género y diversidad en la empresa?

Nuestro modelo de diversidad tiene tres pilares: Persona, Planeta y Performance. Con Planeta, nos referimos al cuidado del medio ambiente. Con Performance, queremos sostener el crecimiento, y por eso queremos ser una empresa que continúe expandiéndose no solo en relación con el neumático, sino también más allá como con la división Flotas Conectadas. Con Personas, nos referimos a las que trabajamos, también a aquellas para quienes hacemos el producto y, obviamente, la sociedad toda. Partiendo de esta lógica, lo que tiene que ver con inclusión es transversal. Tiene que ver con el respeto a las personas, pero también es un tema de negocios, una palanca económica en la empresa. Una empresa inclusiva es más competitiva, más innovadora, más creativa, más abierta a los cambios. El mercado es diverso, entonces nosotros, como empresa, necesitamos ser diversos. Yendo a tu pregunta de perspectiva de género, te cuento que en el área comercial lideramos un proyecto para Sudamérica. Muchas mujeres no se presentan para trabajar en Michelin porque piensan que es un trabajo para hombres. Eso nos planteó una reflexión: cómo atraer mujeres a la empresa y cómo una mujer que ya está en Michelin puede tener un recorrido laboral y profesional y un crecimiento que se compatibilicen con su vida personal. En este sentido, planteamos innovaciones, como horario flexible, tiempo para las madres cuando los chicos empiezan el jardín, un lactario para mujeres que vuelven de su licencia de maternidad, entre otras. Trabajamos también en políticas contra el acoso, de manera muy estricta. Tenemos una línea directa para toda la cadena de valor, para que las mujeres se sientan cómodas cuando entran a una gomería, por ejemplo.

¿Son acciones solo para las mujeres?

No, también para los hombres y otras diversidades, no distinguimos género. Promovemos una paternidad responsable; el horario flexible para acompañar a los chicos en el jardín también es para los padres. Estamos trabajando en la licencia de paternidad extendida. Necesitamos el compromiso social para favorecer paternidades responsables. Hay un gran cambio en la sociedad, no todas las familias son



iguales; hay familias de dos padres o dos madres, familias monoparentales. Implementamos acciones que nos mejoran como conjunto social.

¿Qué programas tienen relacionados con la inclusión?

Trabajamos con otras entidades en programas conjuntos de buenas prácticas, por ejemplo, con el Ministerio de Transporte, con el programa Reconstruir, de interacción público-privada. Tenemos además un programa que se llama Mujeres Caucho, que involucra a mujeres de este sector que no es solo de neumáticos. Vemos cómo favorecer el trabajo de emprendedoras en este sector, el liderazgo en las empresas, sean pymes o internacionales. Hacemos mentoreo a mujeres con discapacidad. Tenemos programas de formación y capacitación focalizado en diversidades, para darles herramientas que les faciliten la inserción laboral. Hacemos un trabajo bastante amplio y consistente tanto internamente como empresa como hacia fuera, para reducir la brecha de género y que las mujeres estén en un trabajo seguro.

¿Hay operarias mujeres en Michelin?

Sí, en nuestras plantas hay operarias, jefas de plantas, hay una ingeniera técnica especialista en recapado. Eran trabajos muy masculinizados. En puestos directivos, en Michelin Argentina, el 50 por ciento somos mujeres hace más de 15 años, siempre tuvimos diversidad. Yo soy la primera mujer presidenta de una compañía de neumáticos en la Argentina. Queremos incorporar más mujeres, y vamos a buscarlas para decirles que Michelin es una empresa dispuesta a recibirlas y donde pueden desarrollarse profesionalmente. También trabajamos para contagiar esta idea a otras empresas.

¿Creés que la inclusión de diversidades es un cambio importante en la sociedad que se va a profundizar?

Totalmente. Cambió muchísimo, hoy es un tema de agenda. Hay un cambio muy fuerte en la sociedad, tanto en las mujeres como en los hombres. En la planta Michelin de Brasil, por ejemplo, hay operarios trans. Veo que es un cambio hacia adelante y que va a ser cada vez mayor. Necesitamos acercarnos al consumidor. Trabajamos muy fuerte en estos cambios como empresa y también en la sociedad. Está bueno permitir oportunidades de cambio, porque socialmente los cambios llevan más tiempo.


¿Qué es para vos la responsabilidad social empresarial?

Es una convicción absoluta. En el caso de Michelin, está relacionada con nuestro modelo de sustentabilidad, pero tenemos que entender que somos una empresa en una sociedad y un planeta en los cuales tenemos una responsabilidad en términos ambientales. Queremos medir cuál es el impacto de nuestras

“Trabajamos con el reciclado de los neumáticos, para que duren más consumiendo menos recursos”

actividades y cómo podemos contribuir a disminuir el consumo de energía en las fábricas, el consumo de combustible. Para que tengas una referencia, el neumático es responsable de un 20 por ciento del consumo de combustible. Cada cinco tanques de combustible, uno es por la resistencia de rodamiento que genera el neumático. A la vez, trabajamos con el reciclado de los neumáticos, para que duren más consumiendo menos recursos. Nuestro objetivo como compañía es que en 2050 todos nuestros neumáticos sean 100 por ciento biodegradables y 100 por ciento reutilizables. Ya hemos probado neumáticos con 50 por ciento o más componentes biológicos. Trabajamos en otras actividades que no necesariamente están relacionadas con los neumáticos, pero que ayudan en este proceso, como las empresas que facilitan el reciclado. En Chile estamos haciendo la primera planta del mundo de reciclados de neumáticos. Trabajamos en impresión 3D; va a haber un neumático conectado de origen biodegradable que estará impreso en 3D. Y desde el punto de vista de la línea de Personas, trabajamos con diversidad e inclusión, con nuestro aporte en términos sociales a las comunidades en las que tenemos presencia, para reducir el tránsito, para seguridad vial, etc.

Por último, ¿qué balance hacés de 2022 y qué proyectos tienen para 2023?

El año 2023 es emblemático, porque cumplimos 110 años ininterrumpidos en el país, lo esperábamos y nos da felicidad. Contamos con proyectos que continúan lo hecho en 2022, año en que hemos presentado innovaciones en el mercado. Trabajamos en el sector del agro, trajimos tecnología, consolidamos Michelin Flotas Conectadas con muchos logros también. En 2023 queremos continuar y sostener esto. Hay innovaciones en todas nuestras líneas de negocios, neumáticos de camionetas, camiones, motos. Es un orgullo contribuir a la mejora de la vida de los argentinos. También seguimos trabajando en políticas de diversidad e inclusión para consolidarlas cada vez más. Tenemos muchos desafíos y eso nos entusiasma. 

Seguinos en:



www.presenteRSE.com

