



PRESS RELEASE

CORP

Elas no comando: diretoras comerciais da Michelin contam suas experiências e compartilham visões sobre o futuro das mulheres em cargos de liderança

Executivas acreditam na evolução do mercado quando o assunto é feminização

A Michelin tem como premissa a diversidade. E essa diversidade inclui a valorização do seu time feminino, ampliando oportunidades e a quantidade de mulheres competentes em posições comerciais de liderança, historicamente ocupados por homens há anos. Para o Dia Internacional da Mulher, duas diretoras da empresa, que recentemente assumiram cargos comerciais do segmento de pneus, dividem um pouco de sua trajetória e contam como enxergam a feminização no futuro.

Isabella Ferraz está há 17 anos na Michelin e é primeira mulher da empresa a se tornar Diretora Comercial na América do Sul, sendo responsável pelo segmento B2C. “Fico muito feliz de ver esse movimento no mercado, mas preciso destacar que as mulheres estão conquistando seus espaços por competência e não porque é uma ‘tendência’ ou porque está ‘na moda’. Precisamos ter muito cuidado ao debater esse assunto para não cairmos nesse lugar comum”, destaca a executiva. Ela acredita que homens e mulheres se complementam em suas formas de trabalho e isso é muito positivo: “Sempre fui uma pessoa com alto nível de exigência, orientada para resultados, e sei que minhas visões femininas agregam ao negócio da companhia, assim como características muito masculinas também contribuem. Essa diversidade é o que pode gerar ainda mais resultados para a empresa”, avalia.

Daniela Wolter é Diretora Comercial Equipamento Original B2B e aviação Michelin América do Sul e está na companhia há 12 anos. Para ela, “as mulheres devem ter a liberdade de sonhar e correr atrás de seus sonhos, e a sociedade deve estar



CORP

preparada para que elas possam, e devam, trabalhar com o que quiserem”. Desde 2004 no setor automotivo, a executiva foi a 1ª mulher compradora, na área de chassi, de uma montadora. Aos 36 anos, liderou um time de mais de 40 pessoas ao se tornar Diretora de Compras na Michelin, quando sua filha tinha apenas 1 ano. “Saber priorizar as atividades e ter confiança na equipe fez com que eu nunca precisasse abrir mão de nenhuma área da minha vida”, explica. Com experiência em países como França, Turquia e China, Daniela destaca a importância de experiências diversas no trabalho. “A diversidade em geral contribui para o potencial de inovação e de criatividade das equipes”, conclui.

Atualmente, a Michelin conta no Brasil com um projeto para ampliar o número de mulheres em seu quadro de colaboradores. Em cargos de liderança, a companhia já tem cerca de 30% de mulheres e tem a meta de chegar a 35% até 2030.

A Michelin, líder do segmento de pneus, se dedica ao desenvolvimento da mobilidade de seus clientes, de forma sustentável, criando e distribuindo os pneus, serviços e soluções mais adequados às suas necessidades; fornecendo serviços digitais, mapas e guias, para ajudá-los a tornar suas viagens experiências únicas; e desenvolvendo materiais de alta tecnologia, que atendem à indústria da mobilidade. Sediada em Clermont-Ferrand (França), a Michelin está presente em 170 países, emprega mais de 127.000 pessoas em todo o mundo e dispõe de 69 centros de produção implantados que fabricaram cerca de 200 milhões de pneus em 2019. (www.michelin.com.br).