

Informe de Sustentabilidad 2012

Resumen



Apoyando a las personas,
apoyando el futuro.

Bridgestone aspira no solamente a ofrecer lo mejor a sus clientes y a la sociedad en lo referente a productos, servicios y tecnología, sino que también responde de manera adecuada a las diversas necesidades de la sociedad, para lograr la satisfacción total con el propósito de ser la compañía que apoye las vidas de las personas.



La empresa se enfoca a satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes; por ello, trabaja con tecnología de punta para garantizar seguridad en los productos y servicios de la más alta calidad.

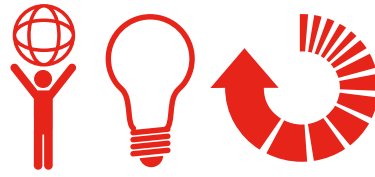


Ventas anuales:
8 mil millones de pesos

Bridgestone de México brinda soluciones integrales en neumáticos, procesos de renovado de neumáticos y servicios automotrices relacionados, a través de su red de distribuidores y franquicias.



Su capital humano consta de mil 406 asociados. Genera más de 6 mil 400 empleos indirectos.



ISO/TS 16949: 2009
ISO 9000-2008

Son los estándares internacionales que adoptamos en el sistema de gestión enfocado a proveer productos y servicios de calidad y siempre buscar la mejora continua.



12,017

revisiones gratuitas de presión de inflado de llantas en vehículos, a través de nuestro programa. **Por una Conducción + Ecológica.**



+1,700 personas

recibieron capacitación, lo que representa más de **108 mil** horas de capacitación.



6 mil 139

revisiones gratuitas en vehículos, gracias al programa **Piensa Antes de Conducir.** Más de **500 mil** personas recibieron información de seguridad vial.

100%

de los asociados recibieron capacitación sobre el Código de Ética

953

fueron formados en temas de anticorrupción y prácticas para evitar sobornos.

80%

de nuestros proveedores son nacionales.

7 de ellos han obtenido el distintivo Empresa Socialmente Responsable.

Bridgestone y sus proveedores buscan incentivar la economía local, a través del apoyo al desarrollo del mercado nacional.



Líder en la venta de neumáticos de auto y camioneta para Equipo Original en México.



Más de **600** puntos de venta

Comercializa sus productos en toda la República Mexicana.



Las llantas con tecnología **ECOPIA**, ayudan a mejorar la eficiencia de combustible del vehículo, así como a reducir el índice de CO₂.



En 2011 se presentó un nuevo logotipo corporativo y mensaje de marca

BRIDGESTONE
Your Journey, Our Passion

38,515.63

toneladas de CO₂ equivalente, dejamos de emitir debido a mejoras en nuestros procesos de producción y adquisición de nuevo equipo.



120 seminarios infantiles en escuelas públicas y privadas, para promover la seguridad vial.


115,179 niños y niñas beneficiados.

A través del **Voluntariado Bridgestone**, se vieron

beneficiados más de **133** familias.



ÍNDICE

- 
- 2 Mensaje del Presidente
 - 5 Bridgestone en el Mundo
 - 7 Bridgestone en México
 - 8 La Esencia Bridgestone
 - 10 Responsabilidad Social Empresarial (RSE)
 - 13 Actividades Fundamentales
 - 15 Actividades Empresariales
 - 21 Actividades Ambientales
 - 26 Actividades Sociales
 - 34 Sobre este Informe

Mensaje del Presidente



Bridgestone de México se complace en presentar su segundo Informe de Sustentabilidad en México. Este documento busca que las partes interesadas sean partícipes del progreso que la empresa ha logrado en materia de **Sustentabilidad y Responsabilidad Social Empresarial** durante los últimos dos años.

Destaca el lanzamiento y difusión de su misión ambiental; un sistema avanzado de gestión que considera todos los aspectos del negocio desde tres importantes perspectivas medioambientales: armonía con la naturaleza, valorar los recursos naturales y reducir las emisiones de CO₂.

Gracias a estas medidas, se alcanzaron ahorros económicos relevantes y logros ambientales que la hicieron acreedora al Premio Estatal de Ahorro y Energía 2011.

Asimismo, Bandag de México, la planta de fabricación de renovado de neumáticos, obtuvo la certificación "Carbono Neutral" cumpliendo con la fase de inventario de emisiones, generando el plan de trabajo sobre mitigación y adaptación de Gases de Efecto Invernadero (GEI), e implementando acciones y evaluaciones de cada una de ellas en su planta de León, Guanajuato.

Otra contribución al medio ambiente, fue el reutilizar y reciclar el 90% de los residuos que genera la planta Cuernavaca; así como un avance significativo en la reducción de consumos de agua por tonelada de producto.

Los neumáticos Bridgestone continúan innovando el mercado, brindando a distribuidores, clientes y consumidores diversas alternativas para cuidar el medio ambiente, mediante la tecnología EcoPia, diseñada y producida con compuestos que reducen la resistencia al rodamiento para favorecer el ahorro de combustible y generar menos emisiones de CO₂.

Por otra parte, el renovado de neumáticos en los mercados de transporte de carga y pasajeros; proporciona una segunda o incluso tercera vida a los neumáticos; hecho que representa una solución sustentable al prolongar la vida útil del neumático, disminuye el uso de recursos y reduce el número de productos de desecho.

“Estoy convencido que un negocio que sólo busque el beneficio, nunca prosperará, pero un negocio que contribuye a la sociedad y al país siempre será rentable”

Shojiro Ishibashi
Fundador
Bridgestone Corporation

Asimismo, en estos últimos dos años, Bridgestone realizó grandes inversiones para que su producción de neumáticos en planta Cuernavaca redujera el consumo de energía eléctrica y así disminuyeran las emisiones de CO₂.

Es muy importante para Bridgestone de México apoyar a la comunidad, por eso siempre ha insistido en la promoción de la seguridad vial con diversas actividades de concientización dirigidas a los conductores a través de sus programas: "Piensa Antes de Conducir" y "Operativo de Semana Santa"; y para niños mediante el programa infantil "Piensa Antes de Conducir Kids". En el periodo reportado, se registraron más de 6 mil revisiones gratuitas de presión de inflado en vehículos en centros de lavado y universidades. Por su parte, a través de nuestro programa infantil, llegamos a más de 100 mil niños de escuelas primarias privadas y públicas.

Otra iniciativa ha sido "Por una Conducción + Ecológica"; campaña que busca reducir el impacto de los efectos nocivos generados por los automóviles en nuestro planeta, mediante la difusión de sencillos consejos invitando a los conductores a jugar un papel activo en el uso de sus autos y promover una movilidad más sustentable. En los dos últimos años hemos beneficiado a más 5 mil automovilistas que visitan centros de verificación vehicular y gasolineras con la revisión gratuita de presión y desgaste de neumáticos.

En Bridgestone de México estamos convencidos de lo esencial que es la sustentabilidad en la gestión del negocio y sabemos que representa un elemento importante alineado a nuestra filosofía corporativa: La Esencia Bridgestone. Por tal motivo, continuaremos con la incorporación y cumplimiento de los 22 lineamientos en las actividades de Responsabilidad Social Empresarial y Sustentabilidad.

Bridgestone está comprometido en apoyar a las personas, brindar seguridad y cuidar el medio ambiente, para así impulsar un mejor futuro para todos.

Daniel Benvenuti
Presidente y Director General
Bridgestone de México

Bridgestone en el Mundo

El Grupo Bridgestone es el mayor fabricante de neumáticos y productos de hule en el mundo. Produce y comercializa neumáticos para toda aplicación. También suministra una amplia variedad de productos y tecnologías que apoyan el desarrollo de diversas industrias.



Shojiro Ishibashi, Fundador de Corporación Bridgestone.



Producción de neumáticos

1.760 millones de toneladas.



143,448

asociados.



Produce neumáticos, para **toda clase de vehículos** y otros productos diversificados.

180

plantas de producción en **25** países.



Es la marca de neumáticos más valiosa del mundo, según el Global Tire Company Rankings 2012.

30.397 miles de millones de yenes anuales.

Líder en ventas de neumáticos a nivel mundial.

Su sede corporativa se encuentra en Tokio, **Japón**.

Sus productos y servicios se comercializan en más de **150** países de todo el mundo.



Para más información consulta: www.bridgestone.com/corporate/profile/index.html



Automóviles



Camionetas



Motocicletas



Industria Agrícola



Industrial (Metro de la Ciudad de México)



Camiones y Autobuses

Bridgestone en México

Bridgestone de México es una filial de Bridgestone Latin America Tire División (BATO LA), que a su vez es subsidiaria de Bridgestone Américas, Inc., (BSAM) con sede en Nashville, Tennessee.

20 mil

neumáticos por día, es la producción de la Planta Cuernavaca.

Más de **600** puntos de venta

donde comercializa sus productos en toda la República Mexicana.



Líder en la venta de neumáticos de auto y camioneta para el mercado de Equipo Original en México.

Ventas anuales: **8** mil millones de pesos.



Su capital humano consta de **mil 500** empleados.

Genera más de **6 mil 400** empleos indirectos.

Plantas de **fabricación de neumáticos** en Cuernavaca, Morelos y Monterrey, Nuevo León.



Exporta un **20%** de su producción a Estados Unidos y América Latina.

Sede del corporativo en **Ciudad de México.**



Planta de **fabricación de hule para renovado** de neumáticos en León, Guanajuato.



Planta de negro de humo en Altamira, Tamaulipas.

Pista de pruebas La Amistad en Acuña, Coahuila.

Produce y comercializa una **amplia gama de diseños y medidas de llantas** para automóvil, camioneta y camión, así como para maquinaria agrícola y fuera de carretera.



Comercializa sus productos a través de una amplia red de distribuidores y equipa actualmente los autos de las armadoras de mayor prestigio.

La Esencia Bridgestone

Bridgestone aspira no solamente a ofrecer lo mejor a sus clientes y a la sociedad en lo referente a productos, servicios y tecnología, sino que también responde de manera adecuada a las diversas necesidades de la sociedad, para lograr la satisfacción total con el propósito de ser la compañía que apoye las vidas de las personas.

La Esencia Bridgestone se encuentra en su Misión y los Fundamentos que la apoyan.

Cuando hablamos de Misión, nos referimos a las acciones de nuestros asociados en todo el mundo, que diariamente se esfuerzan para conseguir nuestros objetivos comunes, como se refleja en las palabras de nuestro fundador.

Cuando hablamos de nuestros Fundamentos, nos referimos a los principios y valores que todos los asociados aportan a su trabajo.

The Bridgestone Essence

LA ESENCIA BRIDGESTONE



En marzo de 2011, el corporativo Bridgestone en Japón anunció la afinación de la filosofía de la empresa, La Esencia Bridgestone, y presentó un nuevo logotipo corporativo y mensaje de marca "Your Journey, Our Passion".

Este cambio tiene como propósito fortalecer la imagen de la marca y enfatizar el compromiso del grupo con las generaciones presentes y futuras.

Seijitsu-Kyocho (Integridad y trabajo en equipo)

Adherirnos a los principios de la buena fe en el desempeño del trabajo, en la manera en que tratamos a los demás, y nos comprometemos con la sociedad. Se trata de producir resultados positivos mediante la diversidad de habilidades, valores, experiencias, géneros, orígenes y fomentar el trabajo en equipo.

Shinshu-Dokuso (Innovación)

Se refiere a construir el futuro, retornos de manera proactiva a identificar y desarrollar innovaciones que a su vez beneficiarán a la sociedad y responderán a las necesidades de nuestro cliente desde su punto de vista.

Creatividad e innovación para desarrollar nuevos negocios y fomentar una demanda de nuevos productos beneficiosos mediante la aplicación de nuestros propios métodos.

Genbutsu-Genba (Toma de decisiones basadas en observaciones verificadas en el terreno)

Tomar el tiempo que sea necesario para verificar los hechos personalmente en el terreno y utilizar nuestras observaciones empíricas para tomar decisiones. Significa no conformarse con la situación actual y tomar decisiones razonadas con base en nuestra experiencia, de modo que nos dirijamos hacia productos y soluciones óptimas.

Jukuryo-Danko (Acción decisiva después de una cuidadosa planificación)

Investigación de todas las opciones y posibilidades, prestándole una especial atención a cómo ejecutar las acciones decididas. Consiste en identificar lo que es necesario y decidir una visión. Una vez que se haya determinado la decisión y cómo llevarla a cabo, avanzar en ejecución sin demoras.



Responsabilidad Social Corporativa

En el año 2007, el corporativo Bridgestone en Japón definió 22 lineamientos que son la base de los programas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE); estos contemplan todas las actividades fundamentales de la organización y en tres perspectivas que harán más competitiva a la empresa en el futuro:

- El negocio haciendo énfasis en la competitividad e innovación.
- La sociedad generando oportunidades para la comunidad.
- Y el cuidado y preservación del medio ambiente.

En Bridgestone de México la Responsabilidad Social Empresarial es un tema esencial, que permite a la compañía ejecutar una estrategia corporativa basada en el desarrollo sustentable de las comunidades donde opera.

22 Compromisos de Responsabilidad Social

Actividades Sociales

Empleados (asociados)

16. Llevar a cabo una mejora continua en el desarrollo de competencias y satisfacción laboral
17. Llevar a cabo mejoras continuas en la salud y la seguridad laboral de los asociados
18. Respetar la diversidad y la igualdad de oportunidades
19. Demostrar respeto por los derechos humanos esenciales, incluyendo los derechos del niño y contra el trabajo forzado

Socios

20. Apoyar y desarrollar actividades sociales que contribuyan a construir una comunidad sólida y sustentable
21. Promocionar y apoyar la participación voluntaria de los empleados en actividades sociales
22. Contribuir en la promoción de una sociedad segura

Actividades Ambientales

Actividades Ambientales

13. Contribuir a la conservación y preservación del medio ambiente a través de productos y servicios
14. Apoyar a la conservación y preservación del medio ambiente en todo el proceso de la cadena de suministros
15. Participar en la conservación y preservación del medio ambiente a través de actividades sociales

Actividades Fundamentales

1. Trabajar por un crecimiento sistemático y sustentable de los negocios, con una rentabilidad suficiente y adecuada
2. Garantizar conocimiento y adhesión al cumplimiento
3. Asegurar la continuidad del negocio
4. Desarrollar una comunicación activa con todos los grupos de interés

Actividades Empresariales

Consumidores y Clientes

5. Proveer productos y servicios de calidad superior y mayor seguridad
6. Crear nuevos valores a través de la innovación tecnológica
7. Establecer un flujo efectivo de comunicación con los clientes y considerar su retroalimentación
8. Establecer el compromiso activo con el desarrollo y la implementación de prácticas comerciales y de competencia justas

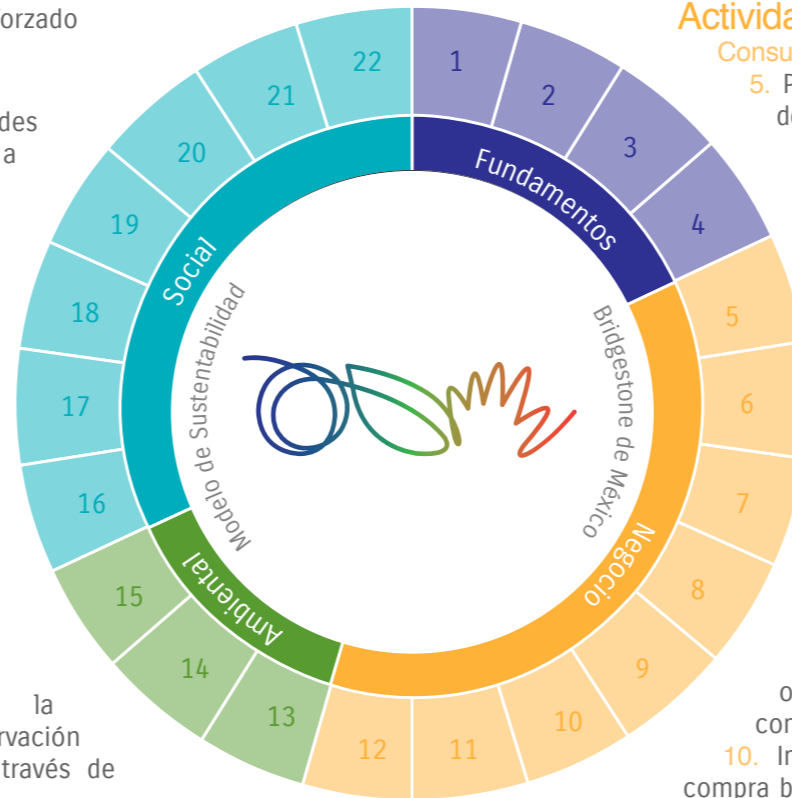
Proveedores

9. Actuar y comprometerse orientados hacia prácticas comerciales y de compra justas

10. Implementar un proceso de compra basado en la Responsabilidad Social Corporativa

Partes interesadas

11. Generar ganancias sostenidas con un retorno decente y razonable
12. Brindar información apropiada, precisa y en tiempo



Nueva identidad gráfica para Bridgestone Latinoamérica.

Enfocándose en el futuro y la generación de iniciativas que amplíen los servicios en beneficio de la persona, la comunidad y el medio ambiente; Bridgestone ha establecido para la región de Latinoamérica un logotipo que permita comunicar los pilares de acción a nivel regional.

La idea está representada por un círculo azul que simboliza el negocio, una hoja para referirse a la protección del medio ambiente y conservación de los recursos naturales; y finalmente la mano que identifica el pilar humano de la compañía y de la sociedad en la que está inserta.

Responsabilidad Social Empresarial en **Actividades Fundamentales**

Esta táctica se centra en ofrecer productos ecológicos, crecimiento en puntos de venta, la aceptación que tiene el renovado de neumáticos y en la confianza que depositan los clientes y consumidores en las marcas y servicios de Bridgestone de México.

Por ello la compañía es líder en la venta de neumáticos para automóvil y camioneta al mercado de equipo original, teniendo una producción de 20 mil neumáticos por día; de los cuales un 20% se exporta a Estados Unidos y América Latina. Los productos se comercializan en toda la República Mexicana a través de más de 600 puntos de venta.

Bridgestone busca establecer relaciones de confianza con las partes interesadas, donde las prácticas de negocio estén basadas en principios éticos, actuaciones de acuerdo a los valores empresariales y el cumplimiento de la ley.

1. Trabajar por un crecimiento sistemático y sustentable de los negocios, con una rentabilidad suficiente y adecuada

Bridgestone contribuye de una manera amplia y sostenida al desarrollo integral de la economía nacional, a través de un modelo de negocios que responde a las necesidades de movilidad de la sociedad mexicana y teniendo un desempeño económico responsable que beneficie a empleados, accionistas, clientes y proveedores. En 2012 se incrementó el promedio de ventas con relación al año anterior de 6.5 miles de millones de pesos a 8.3 miles de millones de pesos.

Los factores de éxito de la empresa se deben al crecimiento productivo que ha tenido la industria automotriz y a su estrategia de negocio.

2. Garantizar conocimiento y adhesión al cumplimiento

Bridgestone de México sabe que para ejecutar en todo momento sus políticas, códigos y reglamentos internos; así como para apegarse a cualquier marco legislativo aplicable a sus operaciones, es muy importante conocerlos a fondo, llevarlos a la práctica y establecer indicadores de cumplimiento.

Se tiene la convicción que para cumplir con lo anterior hay que satisfacer adecuadamente las expectativas de las diferentes partes interesadas con las que existe relación, completando todas las obligaciones y los compromisos pactados; además de actuar y tomar decisiones contempladas en el código de ética. De esta forma, la empresa trabaja para construir relaciones de confianza con todos los interesados, opera de forma responsable y es guiada por principios y prácticas éticas.



Model Store Bridgestone

Trabajar para prevenir riesgos que eviten darle continuidad al negocio y mantener la competitividad observada hasta ahora.

3. Asegurar la continuidad al negocio

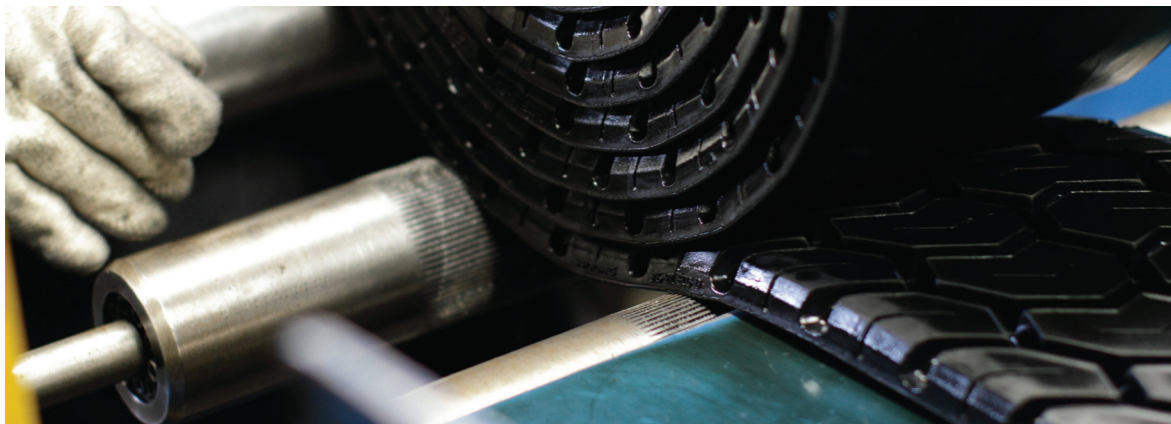
El Consejo de Administración y el equipo directivo de Bridgestone de México aplican la continuidad en la estrategia del negocio, identificando los principales riesgos que se podrían presentar en las áreas financiera, de seguridad, salud, medio ambiente, comercial, operativa, comunitaria, o con los empleados. También se analizan y evalúan los planes orientados al éxito a largo plazo.

4. Desarrollar una comunicación activa con todos los grupos de interés

El éxito del negocio y su permanencia dependerán del trabajo en conjunto que la organización desarrolle con sus grupos de interés: personas, comunidades o asociaciones que se vinculan con las actividades de producción y los servicios que brinda. El objetivo es comunicarse con ellas constantemente, conocer sus expectativas y establecer alianzas que permitan colaborar en los temas de mutuo interés.

Bridgestone cuenta con diversos canales de comunicación con sus grupos de interés, para responder a temas relevantes plasmados en su visión de sustentabilidad. Estos canales incluyen reuniones, estudios de opinión, encuestas, alianzas e iniciativas del sector, entre otros; y están liderados por las distintas direcciones o áreas de la organización relacionadas con cada grupo.

Bridgestone busca construir relaciones de confianza, cooperación y beneficio mutuo.



Responsabilidad Social en Actividades Empresariales

Clientes y Consumidores

5. Proveer productos y servicios de calidad superior y mayor seguridad

En Bridgestone de México existe la obligación de satisfacer los requerimientos de cada cliente mediante el desarrollo, producción y comercialización de productos y servicios con la más alta calidad. Éstos deberán brindar seguridad durante su vida útil y observar la más óptima calidad.

Para garantizar la conquista de altos estándares de calidad se aplica un sistema de gestión enfocado a la mejora continua y se cuenta con la certificación de dos estándares internacionales. El primero es ISO/TS 16949: 2009, que enfatiza la mejora continua del diseño y fabricación de neumáticos para vehículos y camionetas de equipo original. La segunda certificación corresponde al ISO 9000-2008; enfocado al diseño y fabricación de neumáticos de replazo. Estas normas permiten que las áreas responsables aseguren la calidad y estandarización en los nueve macro procesos que se tienen.

6. Crear nuevos valores a través de la innovación tecnológica

El eje de acción en el desarrollo de los productos Bridgestone gira alrededor de tres conceptos primordiales: seguridad, confort y cuidado medioambiental.

El compromiso con la calidad no se deriva del deseo de obtener beneficios, sino de la pasión para mejorar la seguridad y la vida de las personas.



Para liderar la industria, la marca se basa en el futuro y el progreso, introduciendo tecnologías innovadoras.

El área de Ingeniería de Ventas se encarga de determinar cuáles deben ser las líneas de productos para satisfacer las necesidades de los consumidores en el futuro. Para ello, se realizan pruebas de neumáticos con diversas especificaciones para entender y cumplir con las necesidades de desempeño global. Esta actividad es parte de la etapa de investigación y desarrollo, y es llevada a cabo en conjunto con el Centro Técnico de Akron.

A su vez, la organización capacita tanto a sus representantes comerciales como a los encargados de comercializar sus productos para que tengan una formación que les permita reconocer y recomendar los neumáticos más adecuados para cada tipo de vehículo. Para ello, entre otras cosas, brinda capacitación en alineación, balanceo, rotación, presión de inflado y correcta aplicación del uso o servicio, entre otros aspectos.



7. Establecer un flujo efectivo de comunicación con los clientes y considerar su retroalimentación

Bridgestone de México cuenta con distintas herramientas de comunicación que le permiten estar en contacto permanente con sus clientes, atendiendo sus consultas, inquietudes y sugerencias; y dando a conocer las novedades de la compañía. A través de éstas busca:

- Brindar el mejor servicio
- Evolucionar
- Estar alerta a las oportunidades del entorno
- Detectar puntos de mejora
- Desarrollar fortalezas
- Trabajar en equipo
- Lograr una comunicación efectiva.

La empresa está comprometida con la satisfacción de los requerimientos de sus clientes, mediante el desarrollo, producción y comercialización de productos y servicios de calidad superior.

Establecer relaciones comerciales honestas, justas y responsables.



80% de los proveedores son nacionales.

8. Establecer el compromiso activo con el desarrollo y la implementación de prácticas comerciales y de competencia justas

En Bridgestone de México se busca asegurar que todas las relaciones con clientes y consumidores sean justas y honestas. El Código de Ética determina que el trato con éstos debe ser sincero, evitando dar información falsa o engañosa; se debe decir siempre la verdad en la publicidad de productos y servicios, y nunca hacer declaraciones falsas sobre ofertas o los competidores.

Actualmente se cuenta con más de 600 puntos de venta en toda la República Mexicana que ofrecen el mejor servicio, los mejores productos y el mejor asesoramiento para vehículos. Hecho que posiciona a Bridgestone como el número uno en ventas de neumáticos en equipo original y de remplazo.

Proveedores

9. Actuar y comprometerse enfocándose hacia prácticas comerciales justas

La empresa se preocupa por generar acciones que propicien la contratación de bienes y servicios locales para incentivar la economía local y aportar al desarrollo del mercado nacional.

De acuerdo a los principios de compras, se ve a los proveedores como socios del negocio con quienes es posible establecer alianzas de largo plazo y beneficio mutuo. Con ellos se trabaja en la calidad del producto o servicio que brindan a la compañía, así como la entrega y los costos. Bridgestone promueve la Responsabilidad Social, el cuidado ambiental y las condiciones de seguridad en todas sus operaciones.

10. Implementar un proceso de compras basado en la Responsabilidad Social Corporativa

Para ser proveedor de Bridgestone, las empresas pasan por un proceso de selección y evaluación en el que participan varias áreas de la compañía. Entre los aspectos analizados, se incluyen lineamientos de calidad, la capacidad económico-financiera, y otros temas para determinar la confiabilidad. En lo que respecta al cumplimiento de normas legales, controla que los proveedores cumplan con las normas éticas y legales vinculadas a los aportes y contribuciones a la seguridad, salud y medio ambiente.

Es a través de la mejora continua y el trabajo en equipo que hemos logrado mantener una estrecha relación con nuestros proveedores, la cual nos ha permitido satisfacer los requerimientos de los consumidores ofreciendo productos y servicios de calidad.



Otras Partes Interesadas

- 11. Generar ganancias sostenidas con un retorno decente y razonable
- 12. Brindar información apropiada, precisa y en tiempo

En 2012 se incrementó el promedio de ventas con relación al año anterior de 6.5 miles de millones de pesos a 8.3 miles de millones de pesos.

Bridgestone contribuye de una manera amplia y sostenida al desarrollo integral de la economía nacional, a través de un modelo de negocios que responde a las necesidades de movilidad de la sociedad mexicana y teniendo un desempeño económico responsable que beneficie a empleados, accionistas, clientes y proveedores. En 2012 se incrementó el promedio de ventas con relación al año anterior de 6.5 miles de millones de pesos a 8.3 miles de millones de pesos.

Los factores de éxito de la empresa se deben al crecimiento productivo que ha tenido la industria automotriz y a su estrategia de negocio. Esta táctica se centra en ofrecer productos ecológicos, crecimiento en puntos de venta, la aceptación que tiene el renovado de neumáticos y en la confianza que depositan los clientes y consumidores en las marcas y servicios de Bridgestone de México.

Por ello la compañía es líder en la venta de neumáticos para automóvil y camioneta al mercado de equipo original, teniendo una producción de 20 mil neumáticos por día; de los cuales un 20% se exporta a Estados Unidos y América Latina. Los productos se comercializan en toda la República Mexicana a través de más de 600 puntos de venta.



Responsabilidad Social Empresarial en **Actividades Ambientales**

13. Contribuir a la conservación y preservación del medio ambiente a través de productos y servicios

Misión Ambiental

En 2011 el Corporativo en Japón perfeccionó la misión ambiental de Bridgestone a nivel mundial. En ella declaró las aspiraciones ambientales de la compañía a largo plazo y la manera como todos los aspectos del negocio deben contribuir a la conservación del medio ambiente para las generaciones actuales y futuras.

Para el cumplimiento de la misión ambiental, se definieron tres objetivos:

1. Trabajar en armonía con la naturaleza.
2. Valorar los recursos naturales.
3. Reducir las emisiones de CO₂.

A continuación, de acuerdo a estos tres objetivos, se abordará el desempeño ambiental de la compañía; poniendo especial énfasis en los procesos productivos de neumáticos en la planta Bridgestone de Cuernavaca y la planta Bandag de renovado de neumático en la planta de León.

En Bridgestone de México se planean, desarrollan y evalúan varias acciones para reducir el impacto ambiental, haciendo un uso racional y eficiente de los recursos naturales y considerando los aspectos clave de todos los procesos productivos y de comercialización del negocio.

Agua

Bridgestone cuenta con una planta tratadora de agua que recupera el vital líquido utilizado en los procesos y lo reutiliza en el riego de áreas verdes. En 2011 y 2012 se recicló un 40% del agua utilizada.

Consumo de agua Planta Cuernavaca*

2011	2012
------	------



*Bridgestone

Consumo de agua Planta León*

2011	2012
------	------



*Bandag

En 2012, la compañía logró reducir su consumo de agua en relación al año anterior.





Declaración de Misión Ambiental de Bridgestone

Hacer nuestra parte para asegurar un ambiente sano para las generaciones presentes y futuras.

Nosotros, el grupo Bridgestone, nos comprometemos a seguir trabajando hacia una sociedad sostenible con integridad y en unidad con nuestros clientes, socios, comunidades y el mundo que nos rodea.

Por lo tanto, nos centramos en tres objetivos.



En armonía con la naturaleza

Para contribuir a la biodiversidad a través de la mejora del hábitat, y a través de la educación ambiental y la investigación.



Valorar los recursos naturales

Para mejorar continuamente la conservación de recursos naturales a través de mejoras operativas y de diseño de producto.



Reducir las emisiones de CO₂

Reducir de forma continua las emisiones de gases de efecto invernadero, incluido el CO₂ del ciclo de vida completo de nuestros productos

La misión ambiental del grupo Bridgestone alcanza todos los aspectos de nuestro negocio.



TEAMS: Total Environmental Advanced Management System (Sistema Avanzado de Manejo Ambiental Total). Este sistema de gestión progresivo une al grupo para ayudar a asegurar un medio ambiente sano.

One Team, One Planet.

Un equipo, un planeta.



En 2012, nuestra planta de renovado en León redujo un 2% los consumos de electricidad y la planta de Cuernavaca incorporó el uso de energía solar.

Energía

La optimización del uso de energía depende de la eficiencia operativa en la producción y distribución.

Por esto, la empresa realiza importantes inversiones para la reducción del consumo eléctrico; que se materializan en diversas iniciativas orientadas a reducir, reemplazar e innovar las dos plantas operativas.

CO₂

Como parte de los esfuerzos por reducir el consumo de energía en los procesos de producción, se lleva a cabo un monitoreo y un diagnóstico del consumo de energía y las emisiones generadas.

Residuos

En ambas plantas, hemos reciclado el 90% de los materiales que utilizamos en los procesos de producción.

Biodiversidad

Bridgestone de México tiene diversas iniciativas de protección y recuperación de hábitats considerados relevantes para la conservación de la biodiversidad.

El principal foco de atención se encuentra en la planta de Cuernavaca, que cuenta con aproximadamente 150 mil m² protegidos; extensión que representa el 40% de terreno

total de la planta. En esta reserva ecológica denominada selva baja caducifolia, existen diversos árboles endémicos y se cuentan con diversas especies.

Centro de Servicio Eco - Sustentable

Bridgestone de México en alianza con su distribuidor Llantas y Servicios ARCA, en 2012 inauguraron un centro de distribución y servicio Bridgestone Store, ubicado en Cuautitlán Izcalli Estado de México; un concepto de tienda premium para la distribución de llantas y servicios automotrices, que ofrece una experiencia de gran valor y de cuidado al medio ambiente.

Las ventajas ecológicas que tiene esta innovadora Bridgestone Store son la cisterna de aprovechamiento de aguas pluviales de 10,000 litros, las celdas fotovoltaicas que generan 14 kw/hr (70% de energía necesaria para la operación) e iluminación a base de leds ahorradores de energía.



Centro de Servicio - Eco Sustentable

El Centro de Servicio Eco-Sustentable cuenta con celdas fotovoltaicas que generan el 70% de energía necesaria para que la tienda opere.

One Team, One Planet.

14. Apoyar la conservación y preservación del medio ambiente en todo el proceso de la cadena de suministros

Durante 2011 y 2012 una de las iniciativas destacadas en relación con el cuidado del medio ambiente en su cadena productiva, fue el proyecto de tanques aéreos para reemplazar los tanques subterráneos para el almacenamiento de algunas materias primas.

De esta forma, debido a que los tanques aéreos contienen un excelente sistema de contención, se logró eliminar toda posibilidad de contaminación por derrames, rotura o desgaste. Otra de las acciones a destacar durante el año fue el reemplazo de cauchos sintéticos con aceites aromáticos, por cauchos sintéticos con aceites armon para disminuir la contaminación ambiental del neumático.

+ 12, 000 personas y conductores beneficiados, en la tarea de promover comportamientos más “verdes” antes de encender el automóvil.



15. Participar en la conservación y preservación del medio ambiente a través de actividades sociales

En el marco del Día Mundial del Medio Ambiente, Bridgestone de México difunde su iniciativa “Por una Conducción + Ecológica”; campaña que busca reducir el impacto de los efectos nocivos producidos por los automóviles en nuestro planeta, mediante la difusión de sencillos consejos sobre cómo los conductores pueden tener un papel activo en el uso de sus autos y promover una movilidad más sustentable.

- Por una Conducción + Ecológica busca:
- Ayudar a reducir el impacto ambiental que generan los automóviles
 - Sensibilizar y orientar a los conductores a tener comportamientos más “verdes” antes de encender su coche
 - Revisar la presión y el estado de los neumáticos para hacer alguna recomendación.



Responsabilidad Social Empresarial en **Actividades Sociales**

Empleados

16. Llevar a cabo una mejora continua en el desarrollo de competencias y satisfacción laboral

El factor humano es para Bridgestone el recurso más valioso y la clave para continuar creciendo. Éste representa el vehículo con el que la compañía puede servir a la sociedad a través de su misión corporativa. Por ello asume la responsabilidad de generar empleos y así contribuir con la economía de cada país donde opera. Tan solo en México, en 2011 la plantilla fue de mil 383 asociados; mientras que para 2012 ascendió a mil 406.

Capacitación

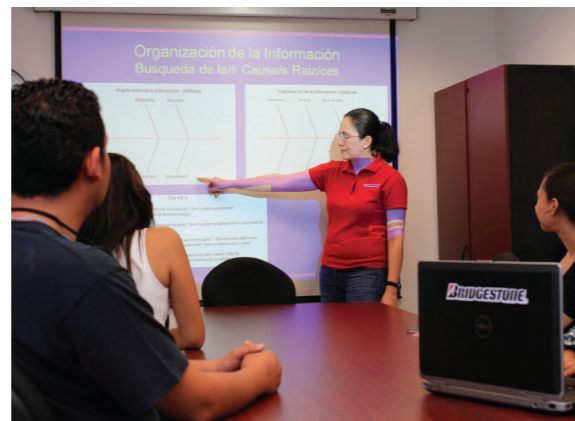
Más de 1,700 personas recibieron capacitación, lo que representa más de 108 mil horas de formación.

Desarrollo Profesional

En Bridgestone cada asociado encuentra las oportunidades para incrementar sus fortalezas, pues identifica sus principales áreas de desarrollo y plantea acciones que permitan el alcance de sus objetivos. En 2012, 100% de los gerentes fueron capacitados en temas de retroalimentación y entrenamiento para que los replicaran con sus equipos de trabajo.

Más de 1,700 personas recibieron capacitación, lo que representa más de 108 mil horas de formación.

17. Llevar a cabo mejoras continuas en la salud y en la seguridad laboral de los asociados



En congruencia con Bridgestone Americas, Bridgestone de México brinda a sus colaboradores un entorno de trabajo seguro y saludable. La seguridad es un valor que la compañía difunde y promueve entre todos los asociados y asociados base, en cumplimiento con todas las leyes que promulgan los estatutos para los lugares de trabajo.

Durante 2012 se realizó una campaña de seguridad para fomentar mayor conciencia a través de diversos manuales explicando las características del uso correcto del equipo de seguridad, así como el bloqueo de fuentes de energía, entre otros.

Nueva misión de salud y seguridad

En el último trimestre del 2012, en Bridgestone Japón se realizaron diversos análisis y estudios de las causas de los últimos accidentes ocurridos en toda la corporación, incluyendo los accidentes con contratistas. Los resultados permitieron identificar las áreas de oportunidad y establecer una nueva misión en materia de seguridad.

La misión establece como metas 0 accidentes serios y para ello, se determinaron cuatro actividades importantes de seguridad para reducir el número de accidentes:

1. Orden y limpieza: un lugar para cada cosa y deshacerse de lo que no sirve.
2. Identificación de riesgos: entrenar a las personas para que tengan la habilidad para identificar riesgos anticipadamente.
3. Análisis de riesgos: mediante métricas establecidas buscar la reducción de accidentes, identificando las áreas de oportunidad en la interacción del hombre con la máquina.
4. Cumplimiento de las normas: cumplir las reglas disciplinarias y normas de seguridad establecidas.

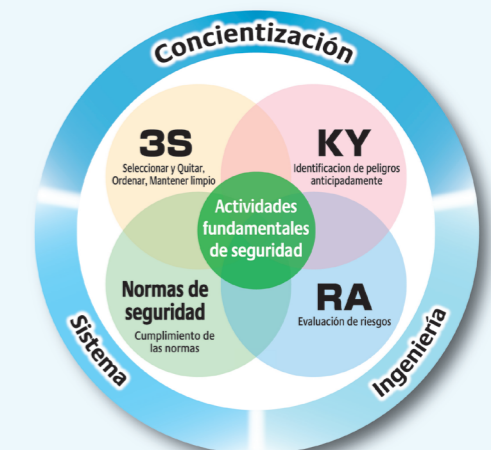
El plan para los próximos años es difundir la nueva política de seguridad y con las diversas acciones que se implementen en el año 2013, tener cero accidentes y continuar generando una cultura enfocada en la seguridad es lo primero siempre.



Declaración de la misión de seguridad

La seguridad es lo primero, siempre

En Bridgestone hacemos de la seguridad un valor. Crear un lugar de trabajo seguro para todos es responsabilidad de todos.



Nos enfocamos orgullosamente en alcanzar la seguridad perfecta.

«La seguridad es lo primero, siempre» incluye la prevención de todos los incidentes relacionados con el trabajo incluidos los desastres, la higiene industrial y accidentes de tráfico.



18. Respetar la diversidad y la igualdad de oportunidades

En Bridgestone de México se siguen los lineamientos establecidos por Bridgestone Americas, en los cuales cada decisión laboral, así como el desarrollo profesional, se reconoce según los méritos personales; sin importar la raza, la religión, el género, las discapacidades mentales o físicas, la orientación sexual, la nacionalidad, la edad. Cada asociado tiene diversos puntos de vista, experiencias y estilos de vida que se respetan en todo momento.

Desde 2011 se han implementado diversas iniciativas para que las mujeres ocupen posiciones estratégicas en la compañía. En 2011, teníamos un 14% de participación de la mujer y para 2012 incrementamos ese porcentaje a un 22%.

La diversidad es una fuente de fortalezas para Bridgestone de México.

La posición de la corporación es promover, defender y velar por el cumplimiento de los Derechos Humanos.

19. Demostrar respeto por los Derechos Humanos esenciales, incluyendo los derechos del niño y el rechazo al trabajo forzado

En todas sus actividades corporativas, Bridgestone de México prohíbe actos que afecten la dignidad individual o la discriminación por motivos de raza, origen étnico, nacionalidad, género, edad, idioma, religión, credo, condición social, discapacidad u otros factores relacionados.

20. Apoyar y desarrollar actividades sociales que contribuyan a construir una comunidad sólida y sustentable

Como empresa relacionada con la industria automotriz, Bridgestone proporciona a los automovilistas diversas medidas preventivas que les permitan reducir su exposición a accidentes de tránsito y situaciones de conducción de riesgo.

Piensa Antes de Conducir

Bridgestone de México es líder en la implementación de campañas de seguridad vial.

Mediante el programa “Piensa Antes de Conducir” desarrolla actividades de sensibilización y concientización, dando sencillos mensajes que contribuyen para que las personas tengan una conducción segura.

Don Dummy, experto en seguridad, es un muñeco de pruebas que experimenta regularmente las simulaciones de choques de las armadoras, identificando el tipo de accidentes que las personas pueden sufrir. Esta campaña recorre diferentes localidades del país con la finalidad de proporcionar información que permita:

- Recordar acciones que toman unos segundos aplicarlas, y podrían salvar vidas.
- Identificar los principales factores de riesgo que pueda provocar accidentes graves o mortales.

En diferentes universidades y centros de lavado, se destina un espacio para la revisión gratuita de la presión de inflado y desgaste de neumáticos. A los conductores participantes se les notifica sobre el estado de sus neumáticos a través de banderas de distinto color según el nivel alcanzado; bueno: verde, regular: amarilla y peligro: roja.

“Piensa Antes de Conducir” programa enfocado a desarrollar actividades de sensibilización y concientización, a través de sencillos mensajes, que contribuyan a mejorar la cultura vial en el país.



Concurso universitario: Piensa Antes de Conducir

Con la finalidad de fomentar la cultura de la vialidad y la seguridad entre jóvenes universitarios, desde el año 2009 se lleva a cabo el concurso interuniversitario “Piensa Antes de Conducir”, pensado para reconocer y premiar la creatividad y trabajo de estudiantes universitarios del país en tres modalidades: cartel, tema musical y spot de televisión.

Con esta iniciativa, la empresa apuesta por generar una mayor conciencia entre los jóvenes sobre la importancia de seguir una rutina de seguridad antes de arrancar el automóvil; así como fomentar su talento, potencial y formación académica.

Nuestra marca y otras empresas patrocinadoras, otorgan fabulosos premios para agradecer y reconocer el esfuerzo realizado por los jóvenes; los premios son viajes, equipos electrónicos y cursos educativos que les ayudan a continuar su formación profesional.

En 2011 y 2012 se recibieron 1,163 trabajos, aumentando un 23% la participación respecto a los años 2010 y 2009. Para consultar los 9 mensajes ganadores del 2012 que buscan prevenir accidentes y salvar vidas, visite: www.piensaantesdeconducir.com.mx/

Piensa Antes de Conducir Kids

“Piensa Antes de Conducir Kids”, es otro de los compromisos adquiridos por Bridgestone de México para difundir la cultura de la seguridad vial entre los más pequeños y con ello cuidar a las futuras generaciones, llegando a escuelas públicas y privadas en el Distrito Federal, Estado de México, Morelos, León, entre otras ciudades.

Mediante un espectáculo divertido e interactivo se explica a los niños cómo deben comportarse cuando van a bordo de un automóvil y cuáles son las reglas de seguridad que deben conocer.



“Piensa Antes de Conducir Kids”, busca difundir la cultura de la seguridad vial entre los más pequeños y con ello cuidar a las futuras generaciones.



Jóvenes ganadores 2012

El programa cuenta cuatro espectáculos denominados “La catapulta chiflada”, “El viaje de la familia globo”, “No te distraigas” y “Neumáticos que salvan vidas”.

- 120 shows en escuelas con información relacionada a la seguridad vial en 2011 y 2012.
- 120 escuelas públicas y privadas beneficiadas
- Impactando a 115,179 niños y niñas en 2011 y 2012

Desde que inició el programa hasta la fecha se ha beneficiado a más de 200 mil personas, entre ellos niños (as), padres y familiares.

Piensa Antes de Conducir en temporada vacacional de Semana Santa

El programa denominado “Operativo de Semana Santa” brinda una guía de consejos prácticos para que los vacacionistas tengan un viaje seguro y en algunos casos se brinda revisión gratuita a la presión de los neumáticos.

Durante los años 2011 y 2012 los esfuerzos se triplicaron impactando a más de 6 millones de personas en cuatro carreteras que conducen a centros turísticos del Distrito Federal, Cuernavaca, Toluca y Querétaro.

Concurso Universitario que busca generar mayor conciencia entre los jóvenes sobre la importancia de seguir una rutina de seguridad antes de arrancar el automóvil. En 2011 y 2012 se recibieron 1,163 trabajos.

Sociedad y Comunidad

21. Promocionar y apoyar la participación voluntaria de los empleados en actividades sociales

Voluntariado Corporativo

A finales del año 2012, la empresa organizó una actividad de voluntariado corporativo en conjunto con la Fundación Save The Children México.

Esta actividad tuvo lugar en el Centro Comunitario de Desarrollo Infantil Mezicatzin, donde empleados de Bridgestone de México e integrantes de esa comunidad compartieron un momento al narrar cuentos tradicionales de navidad y hacer actividades de dibujo y manualidades.

Al finalizar la actividad se entregaron juguetes para los niños y niñas, despensas para la comunidad y se hizo entrega de un donativo en especie que constó de material de construcción para mejorar las instalaciones que actualmente brindan servicios educativos y asistenciales.



Esta actividad complementa las actuaciones de la empresa, brinda satisfacción para el personal que participa y permite seguir colaborando y contribuyendo por el desarrollo de la comunidad.

- 33 voluntarios
- 6 horas de voluntariado
- 76 niños y niñas beneficiados
- 133 padres de familia de la comunidad.

Apoyando a niños

En Bandag de México, también se han realizado algunas acciones sociales como ha sido la campaña de reciclaje de botellas de pet, con la finalidad de venderlo y otorgar los recursos recaudados para la casa de hogar "San Antonio". También se abrieron las puertas de las instalaciones para festejar "El Día del Niño", invitando a los hijos de los trabajadores, niños necesitados de León y a los niños de la casa hogar.



El programa de voluntariado corporativo, benefició a más de 70 niños del Centro Comunitario de Desarrollo Infantil Mezicatzin.



22. Contribuir en la promoción de una sociedad segura

Alianzas por la seguridad vial

La empresa tiene alianzas con diversas asociaciones y clubes de automóviles nacionales e internacionales que, en conjunto con Bridgestone, diseñan programas relacionados con la prevención de accidentes y la seguridad vial.

Especialmente con la población juvenil, la empresa promueve la conducción libre de efectos de alcohol, medicamentos y drogas. También resalta como puntos muy importantes para la seguridad vial, la no utilización de teléfono celular mientras

conducen; controlar los límites de velocidad; además de varios consejos y técnicas de chequeo de presión de inflado en los neumáticos.

Decenio de Acción por la Seguridad Vial (2010-2020)

Ante este contexto, Bridgestone de Mexico apoyando a la Iniciativa Mexicana de Seguridad Vial (IMESEVI), el Centro Nacional para la Prevención de Accidentes (CENAPRA) de la Secretaría de Salud, la Organización Panamericana de la Salud (OPS) y los gobiernos de los estados y la sociedad civil, participa en la promoción de la campaña "Decenio de Acción por la Seguridad Vial", que busca concientizar a los automovilistas, especialmente a los jóvenes a recurrir a cuatro sencillos consejos viales que pueden salvar su vida y la de sus acompañantes.

Bridgestone promueve en la sociedad, el usar siempre la silla para niños, usar el cinturón de seguridad, ajustar reposacabezas y comprobar el estado de los neumáticos.



Sobre este Informe

Este informe ha sido elaborado de acuerdo a los 22 lineamientos de Responsabilidad Social establecidos por el Corporativo de Bridgestone en Japón y las recomendaciones de la "Guía para la elaboración de memorias de Sustentabilidad" versión 3.1 del Global Reporting Initiative (GRI) (www.globalreporting.org), con un nivel de aplicación B Auto Declarado.

El documento detalla información sobre las actividades desarrolladas por los empleados y dirigidas a los grupos de interés, en los temas más relevantes de Sustentabilidad y Responsabilidad Social de Bridgestone de México. Comprende las acciones realizadas en las oficinas corporativas en Ciudad de México y la planta ubicada en la ciudad de Cuernavaca; así como las actividades de la planta de fabricación de hule para renovado de neumáticos de Bandag de México, ubicada en León, Guanajuato.

La información proporcionada ha sido validada por las áreas encargadas. Las técnicas de medición corresponden a las establecidas por el GRI y a las metodologías propias de Bridgestone de México.

Si desea conocer la versión completa visita: <http://www.bridgestone.com.mx/informesustentabilidad2011-2012>

Invitamos a que nos brinde, sus comentarios y opinión sobre este informe, así como sobre nuestras actuaciones en temas de Sustentabilidad y Responsabilidad Social. Contacte a la Gerencia de Relaciones Corporativas y Responsabilidad Social al Tel. 55-56266673 o escribiendo a Bridgestone_Mexico@la-bridgestone.com

Bridgestone de México se esfuerza continuamente por innovar y desarrollar productos y servicios que consoliden su posición de liderazgo en el sector, fiel a su misión de servir a la sociedad con calidad superior y desempeñando un papel activo en las comunidades.

Apoyando a las personas... apoyando el futuro.





Este informe está impreso en papel FSC
fabricado con fibra de madera procedente de
bosques bien gestionados y con certificación
del Consejo de Manejo Forestal(FSC).



www.bridgestone.com.mx

Bridgestone de México S.A de C.V.
Juan Vazquez de Mella No. 481. Col. Los Morales; Polanco.
Cp: 11510, Miguel Hidalgo,D.f., Mexico.
Tel:55 56266600

 ***BRIDGESTONE***

2012