



**UNIÓN Y COMPROMISO  
SOSTENIBLE**

# Índice de contenido



Carta del **Presidente** 02



Perfil de la **empresa** 06



Modelo de **negocio** 14



Gestión de la **sostenibilidad** 16

- Modelo de sostenibilidad
- Asuntos materiales



Bridgestone **Colombia** 20

- Historia
- Cifras relevantes
- Productos y servicios
- Mercado
- Grupos de interés
- Premios y certificaciones



Gobierno **corporativo** 34

- Gestión de riesgo
- Ética



Prácticas **laborales** 38

- Plantilla laboral
- Salud y seguridad
- Capacitación
- Prestaciones
- Desarrollo integral



Atención al **cliente** 50

- Ventas



Prácticas justas **de operación** 54

- Marketing responsable
- Redes sociales
- Proveedores
- Alianzas y colaboraciones



Apoyo y vinculación con la **comunidad** 62

- Voluntariado



Medio **ambiente** 68

- Proyecto Huella de Carbono
- Rueda verde
- Carbono Neutro
- Edificio con certificación LEED



Derechos **Humanos** 80

Sobre este **informe** 84



Las ventas regionales ascendieron a los

**\$801,831**

millones de dólares.

Comercio de México y el crecimiento de la Industria Automotriz en el país. Adicionalmente, en 2015 se sumó una línea de producción para la llanta *run flat*, elaborada con tecnología de punta y materiales de alta calidad.

Las ventas regionales ascendieron a los \$801,831 millones de dólares, de los cuales el 71% corresponde a México, el 23% a Costa Rica y el 6% a Colombia. La producción diaria de llantas es de 31,940, de las cuales 20,540 se producen en la planta de Cuernavaca, México, y 11,400 en la planta de Belén, Costa Rica. La distribución de estas llantas se realiza en 814 puntos de venta: 598 en México, 161 en Costa Rica y el Caribe, y 55 entre Colombia y Ecuador.

Considerando que el pronóstico económico para 2016 prevé que no será un año fácil debido a la caída de los precios del petróleo y la reducción en el gasto público, en Bridgestone se mantendrá la prudencia en el gasto para seguir siendo número uno en producción de neumáticos de equipo original y de reemplazo.

Entre las cifras de impacto social a destacar en la región, se encuentran la consolidación de 139,259 horas totales de capacitación para 2,369 colaboradores. El 60% de las horas (84,262 horas) fueron cubiertas por México, país que también cuenta con el 60% de la fuerza laboral de la región, seguido por Costa Rica con el 39% de la fuerza laboral y el mismo porcentaje del total de horas de formación, y por último Colombia, con un total de 30 colaboradores, cubrió 237 horas de capacitación.

Esta estructura de organización regional busca incrementar la alineación con los objetivos estratégicos del negocio. Es flexible y expandible, maximiza fortalezas, permite identificar y aprovechar oportunidades de mercado, promover el desarrollo de talentos y plan de carrera; así como eliminar las redundancias en la operación, mejorando la comunicación con los clientes y haciendo uso eficiente de los recursos.

Durante el proceso de desarrollo de la nueva unidad de negocios, se identificaron y definieron las áreas de *front office* y *back office*. La primera incluye aquellos departamentos que tienen un contacto cercano y diario con el cliente y el usuario final; mientras que en el *back office* se encuentran las áreas que brindan soporte a toda la estructura en temas de finanzas, recursos humanos, tecnología de información, aspectos legales, comunicación y responsabilidad social, entre otros.

En octubre de 2015 se formalizó esta nueva estructura; aunque los logros en la conformación de sinergias y colaboración generadas se presentaron durante el año en todos los aspectos, un ejemplo claro es este informe. En cuanto a las actividades de gobierno y ética empresarial, destacamos la alineación con los principios que rigen el actuar de la empresa: por ello el 100% de los colaboradores de la región están incluidos en el programa de capacitación del sistema *Bridgestone Americas Compliance Center* (BACC). Dicho sistema regula temáticas como conflictos de interés, leyes de competencia, patentes y seguridad informática, entre otros. Además, toda la región se rige bajo un mismo Código de Conducta, sobre el cual se realizan constantes capacitaciones y que está respaldado por un Comité de Ética y un sistema de denuncias que garantizan su cumplimiento.

Se destaca cómo esta nueva estructura permite mayores posibilidades de exportación y de negocios, en especial para la planta de Cuernavaca, la cual se beneficia también con los diversos Tratados de Libre



## Mensaje del Presidente

En Bridgestone, ratificamos el compromiso de la compañía con la sostenibilidad al presentar el primer informe consolidado para Bridgestone Latinoamérica Norte, BS-LAN, incluyendo los indicadores y resultados en México, Costa Rica y Colombia. Este informe se consolida bajo una misma estructura y metodología, luego de un análisis comparativo a nivel regional, plasmando los principales logros y retos en los ámbitos económico, social, ambiental y ético, inherentes al negocio.

Para Bridgestone, el 2015 se define con dos palabras: **consolidación y colaboración**, debido a la adopción de una nueva estructura interna que agrupa en una misma unidad de negocio las operaciones de México, Costa Rica, Centroamérica, Caribe, Colombia y Ecuador, convirtiéndose así en la unidad de negocios Bridgestone Latinoamérica Norte, BS-LAN.

En 2015 se logró reunir el trabajo de



**1,448** colaboradores de toda la región, sumando



**9,420** horas de voluntariado.

En cada uno de los países que integran la región se destacan reconocimientos que avalan cómo se genera y valora el talento de nuestro personal, además de la promoción de iniciativas de impacto social en pro de la comunidad.

La filial en México obtuvo el Distintivo “Empresa Socialmente Responsable” por décima ocasión (2015-2016), otorgado por el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), mismo que recibiera también Bandag de México por tercer año; Costa Rica mantiene su certificación del Sistema de Gestión de Responsabilidad Social bajo la norma INTE 35-01-01 de INTECO, además de ser una empresa encaminada hacia la “Carbono Neutralidad”; asimismo las operaciones en Colombia recibieron el Distintivo de “Responsabilidad Social” por parte de Fenalco Solidario, además del sello “Carbono Neutralidad” por Acción Verde. Por otro lado, Bridgestone se mantuvo en la lista de las mejores empresas para trabajar de acuerdo con “Great Place to Work” en México y Costa Rica.

Como ciudadano corporativo responsable, se promueven actividades que contribuyen al cuidado del medio ambiente, a mejorar la calidad de vida de las comunidades, así como incentivar la seguridad y la movilidad en la sociedad, por medio de un estructurado programa de voluntariado corporativo, que en 2015 logró reunir el apoyo de 1,448 colaboradores de toda la región, sumando 9,420 horas de voluntariado. El 44% de las horas corresponden a México, el 54% a Costa Rica y el 2% a Colombia.

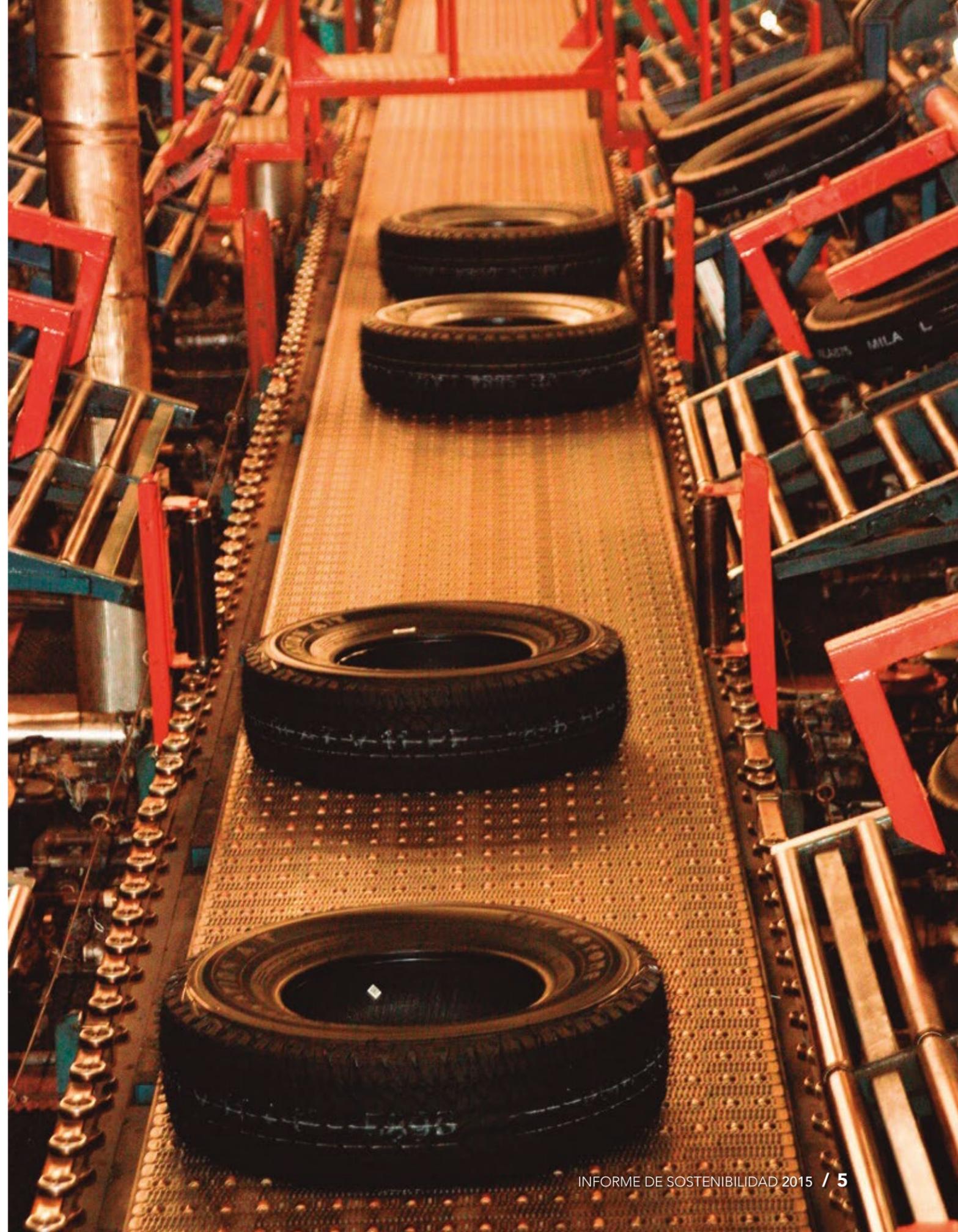
Con respecto a las medidas ambientales, se destaca que las emisiones de CO<sub>2e</sub> en 2015 de México y Costa Rica se redujeron frente al 2014, gracias a mejoras como la utilización de gas natural para calderas en México y la obtención de energía a través de biomasa a partir de pellets de madera, en Costa Rica.

Los invitamos a leer este informe regional y ser parte del compromiso sostenible que como ciudadanos corporativos hemos mantenido en sinergia con el entorno económico, social y ambiental del negocio, en cada uno de los países en los que operamos.

Cordialmente,

**Dr. Daniel Benvenuti**

Presidente y Director General  
Bridgestone Latinoamérica Norte, BS-LAN.





Bridgestone es una empresa comprometida con la calidad superior, no solo en sus productos y procesos, también es sus prácticas y políticas internas de interacción y respuesta a sus grupos de interés, aspectos que están alineados con la esencia que desde el corporativo se ha estipulado, y que tiene como visión “ser líderes en la industria”.

## Perfil de la empresa



### The Bridgestone Essence

LA ESENCIA BRIDGESTONE

Mission Misión
Serving Society with Superior Quality Servir a la sociedad con calidad superior
Foundation Fundamentos
Seijitsu-Kyocho [Integrity and Teamwork] [Integridad y trabajo en equipo]
Shinshu-Dokuso [Creative Pioneering] [Innovación]
Genbutsu-Genba [Decision-Making Based on Verified, On-Site Observations] [Toma de decisiones basadas en observaciones verificadas en el terreno]
Jukuryo-Danko [Decisive Action after Thorough Planning] [Acción decisiva después de una cuidadosa planificación]



El **Grupo Bridgestone** es el mayor fabricante de neumáticos en el mundo; además, **comercializa y suministra una amplia variedad de tecnologías** que apoyan el desarrollo de diversas industrias con **calidad, pasión e innovación superior**.



Capitalización

¥ 126.354 millones (JPY)



Sede corporativa en Japón

4 sedes regionales:

- Japón
- América
- Europa, Medio Oriente, África y Rusia
- China y Asia Pacífico

Cuatro pilares garantizan el cumplimiento de la **misión de la empresa**, los que a su vez se sostienen sobre **la base de la innovación**, estos son: **éxito financiero, promesa de marca, mejor lugar para trabajar y ciudadano corporativo destacado**.



**Empleados**

- Directos: **144.303**
- Indirectos: **13.843**



**Ventas anuales**

**¥ 37.902** millones (JPY)



**166 plantas en total**

(Llantas, materia prima, productos diversificados)

- **50** plantas de **producción de neumáticos.**
- **28** plantas para **renovado de neumáticos.**
- **18** plantas de **materia prima.**
- **70** plantas de **producción de productos diversificados.**



**Presencia en 26 países**

- Sus productos se comercializan en más de **150 países.**

\*Información recopilada de:  
<http://www.bridgestone.com/corporate/locations/index.html>

**Principales productos y servicios**

<b>Neumáticos</b>	Ofrece una amplia gama de neumáticos para automóviles, camiones, autobuses, aeronaves, vehículos de construcción y minería, motocicletas, etc.
<b>Productos diversificados</b>	Fabrica y comercializa productos de hule y otros artículos diversificados. Muchos de estos se utilizan en una gran variedad de aplicaciones de uso diario, ayudando a enriquecer distintas industrias.
<b>Materias primas</b>	Produce diversas materias primas necesarias en su proceso de manufactura, incluyendo hule natural, sintético y negro de humo, entre otras.
<b>I+D</b>	Desarrolla productos y tecnologías para crear prosperidad en el futuro. También realiza trabajo de investigación de materias primas.
<b>Venta</b>	Cuenta con una red de ventas de neumáticos que se extiende a más de 150 países en el mundo.

**Código de Conducta**

Actuar con integridad y trabajar continuamente por construir relaciones de confianza con todas las partes interesadas, ayuda a Bridgestone a lograr la sostenibilidad del negocio y a diferenciarse en el mercado.

En este contexto de prácticas éticas de negocio, la región se rige por un Código de Conducta y por un sistema denominado *Bridgestone Americas Compliance Center* (BACC). Este sistema proporciona la base para que todas las decisiones y actividades sean ejecutadas con integridad, apegándose en todo momento a los valores, las políticas y los reglamentos internos; así como al cumplimiento de cualquier marco legislativo aplicable a sus operaciones.

**Comité de Crisis Bridgestone Latinoamérica Norte BS - LAN**

Con el propósito de tener a disposición un plan de respuesta ante situaciones críticas para las operaciones, la región cuenta con un Comité de Crisis con las herramientas necesarias para responder de forma rápida, eficaz, efectiva y estructurada a cualquier evento de crisis.

El plan ha sido diseñado por el corporativo de Bridgestone Americas desde Estados Unidos para cubrir exhaustivamente situaciones que:

- Requieran acciones por parte de los líderes nacionales del país afectado para resolver problemas que puedan tener un impacto en la salud humana, en la seguridad, en el ambiente o en los bienes y reputación de las operaciones, tanto de Bridgestone Americas, Inc. (BSA) como en todas las operaciones de Bridgestone en América Latina (BATO-LA).
- Requieran acciones por parte de organizaciones del país afectado con el soporte y liderazgo de la central de BATO-LA u otros negocios de la compañía que operen en el país, según sea necesario.

Además del establecimiento del Comité de Crisis en Bridgestone Latinoamérica Norte, también se han establecido Comités de Emergencia en cada localidad de la región, realizándose capacitaciones para sus integrantes; así como ejercicios de simulación ante crisis.

Contar con un programa de manejo de crisis que cubre toda la compañía es importante, ya que muestra la diferencia entre asuntos que deban ser abordados por la organización corporativa y otros en los que la región tenga la autoridad y responsabilidad para actuar y comunicar.





## Misiones

A través de la declaración de sus Misiones, Bridgestone establece como base de su operación la calidad, la seguridad y el cuidado del medio ambiente para crear valor y confianza con sus grupos de interés, a fin de impulsar la mejora continua en sus procesos.

## Ambiental

Por medio de su Misión Ambiental, Bridgestone declara las aspiraciones de la compañía a largo plazo, incorporando la forma en que todos los aspectos del negocio deben contribuir con la conservación del medio ambiente.

### 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 CO<sub>2</sub>**

Reducir de forma continua las emisiones de gases de efecto invernadero, incluido el CO<sub>2</sub> del ciclo de vida completo de nuestros productos

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



One Team. One Planet.  
Un equipo, un planeta.



## Crear Valor y Confianza para el Cliente

El Dan-Totsu se alcanza a través de la Innovación y el Kaizen



## Calidad

Ayudados en su Misión de Calidad, Bridgestone mejora sus procesos entregando una calidad superior de productos y servicios (de resultados) en toda la cadena de valor. Mejora el desempeño y crea valor para el cliente, utilizando la innovación en todos los aspectos del negocio.

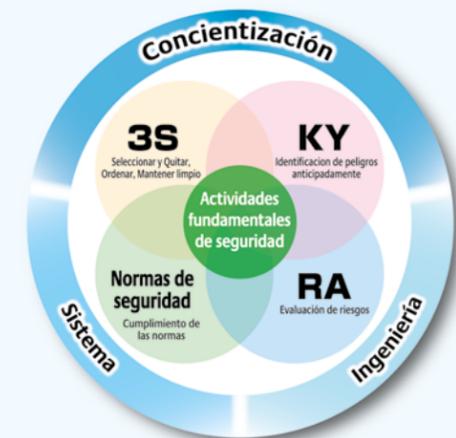
## Seguridad

Mediante su Misión de Seguridad, Bridgestone promueve la salud y la seguridad para todos sus colaboradores en cumplimiento de las leyes que establecen estatutos para los lugares de trabajo.

### 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.



## Panorama Económico 2015 y Retos 2016

Si bien 2015 fue un año volátil en lo económico que tuvo como consecuencia importantes devaluaciones en la mayoría de las monedas de la región, también representó un año de adopción de contramedidas que le permitieron a Bridgestone fortalecerse en la región de Latinoamérica Norte.

Parte de este fortalecimiento consistió en el desarrollo de estrategias necesarias para alcanzar los objetivos financieros de las operaciones, así como de su cobertura y presencia en los mercados de la región. El resultado de las acciones estratégicas superó los años anteriores, gracias al capital humano de Bridgestone, siendo el motor diferenciador de la empresa.

Para 2016, la empresa prevé un panorama de avances tecnológicos, cambios regulatorios, la necesidad de sostenibilidad ambiental y la carrera por crear vehículos autónomos; así como cambios en la demografía global y en el comportamiento de la sociedad, siendo variables a tomar en cuenta para la sostenibilidad del negocio.

Bridgestone ha decidido enfrentar estos retos reconociendo como pilar central de su negocio al BOSS (usuarios finales) y la búsqueda de su satisfacción, anticipándose a sus demandas y necesidades.

Ante el gran crecimiento de la demanda de bienes en todo el mundo y frente a la amenaza del agotamiento de las materias primas, la empresa también ha detectado como una necesidad el establecimiento de una economía circular en donde exista una apuesta clara por la ecología.

Es fundamental ofrecer productos cada vez más seguros, dotados con las tecnologías más avanzadas, que beneficien a la sociedad y al medio ambiente. Es por ello que la empresa busca contar con mejores materiales que permitan minimizar la huella ambiental, diseños de fabricación que sean adaptables específicamente a los vehículos eléctricos, y en general, una mayor sostenibilidad del negocio.

Con esas acciones en concreto, Bridgestone garantiza una constante investigación para el desarrollo de neumáticos de calidad superior en un futuro, prestando siempre un servicio de primera y garantizando la satisfacción de todos sus clientes.





# Modelo de negocio



El ciclo de vida del neumático enmarca la sostenibilidad del modelo de negocio bajo el cual opera Bridgestone. En cada una de las fases se tienen en cuenta las áreas prioritarias para la sostenibilidad con el fin de garantizar que la operación genere valor a todos los grupos de interés en cumplimiento de la normatividad aplicable, impulsando la rentabilidad y eficiencia, reduciendo la huella ambiental y retribuyendo a la sociedad con calidad superior.





## Gestión de la **sostenibilidad**



Desde el corporativo en Japón se establecieron tres áreas prioritarias de sostenibilidad para Bridgestone a nivel global, bajo las cuales se establecen y ejecutan las principales actividades de la compañía en pro del desarrollo económico, social y ético de la operación en cada uno de los países donde se tiene presencia.

Con estos pilares Bridgestone busca:

### Movilidad

Contribuir con el crecimiento sostenible de la sociedad proporcionando e impulsando modos óptimos e inteligentes; así como áreas accesibles de movilidad de las personas y transporte seguro a través de las tecnologías y de la innovación.

### Gente

Construir la confianza y el respeto en las comunidades y los empleados, contribuyendo con una sociedad más segura, con una educación inclusiva y con una comunidad sana en los lugares donde opera Bridgestone.

### Medio ambiente

Crear valor a través de productos y servicios amigables con el entorno, contribuyendo a la construcción de una sociedad más sostenible, a la vez que se realizan esfuerzos para reducir las cargas ambientales de la empresa.

Con el fin de reforzar esta visión de sostenibilidad y permear su importancia en toda la región, en 2015, se fortalece el área de Comunicación Corporativa y Responsabilidad Social para la región de Bridgestone Latinoamérica Norte, como una herramienta clave para impulsar acciones y resultados concretos en los temas prioritarios establecidos.

El área de Comunicación Corporativa y Responsabilidad Social fundamenta sus actividades acorde al reciente Modelo de Sostenibilidad, el cual se establece desde el corporativo de Bridgestone, en Japón. El modelo adapta los tres aspectos integrados en su visión en siete acciones estratégicas, que a su vez están alineadas con la norma ISO 26000 de Responsabilidad Social; estas son: Gobierno Corporativo, Prácticas Laborales, Atención al Cliente, Prácticas Justas de Operación, Apoyo y Vinculación con la Comunidad, Medio Ambiente y Derechos Humanos.



Responsabilidad Social

En el Modelo de Sostenibilidad se representan las acciones estratégicas de cada área y los grupos de interés relacionados, con el fin de graficar cómo se ejecuta y vive la sostenibilidad en la región.

V I S I Ó N

Entendiendo que servir a la sociedad con calidad superior es la herencia y misión de la empresa, y aceptando la responsabilidad con las generaciones futuras como líder global en la industria, Bridgestone y sus compañeros de trabajo en todo el mundo emplean innovación y tecnología para mejorar la forma en que las personas se mueven, viven, trabajan y juegan.

Á R E A S P R I O R I T A R I A S

MOVILIDAD

- Movilidad accesible
- Movilidad inteligente
- Transportación segura

GENTE

- Contribuir con una mejor sociedad
- Educación accesible e inclusiva
- Promover comunidades más sanas

MEDIO AMBIENTE

- En armonía con la naturaleza
- Valorar los recursos naturales
- Reducir emisiones CO<sub>2e</sub>

A C C I O N E S E S T R A T É G I C A S

Gobierno Corporativo

Prácticas Laborales

Atención al Cliente

Prácticas justas de operación

Apoyo y vinculación con la comunidad

Medio Ambiente

Derechos Humanos

G R U P O S D E I N T E R É S

Colaboradores

Clientes (Consumidores, socios de negocio, armadoras y equipo original)

Proveedores

Comunidad

Autoridades

Asociaciones/ Instituciones

Medios de Comunicación

Asuntos materiales

En Bridgestone se aplica la metodología del Global Reporting Initiative para el desarrollo de los informes de sostenibilidad. Por ello en 2014, tanto en México como Costa Rica, se delimitaron aquellos asuntos o temas prioritarios para la sostenibilidad de la empresa; es decir, los asuntos materiales para ser reportados en los informes de cada país. En 2015 fue la primera vez que se generó un Informe de Sostenibilidad unificado y debido a que las operaciones en Colombia son exclusivamente comerciales (no se tiene una planta de producción), los asuntos considerados como materiales fueron retomados de los estudios realizados en México y Costa Rica que impactan los aspectos comerciales y de relación con grupos de interés.

En 2015 estos asuntos fueron consolidados como se muestra en el cuadro presentado a continuación, mismo que resume y determina aquellos aspectos materiales claves para la sostenibilidad de la región.

Asuntos relevantes para Bridgestone Colombia	Grupo de interés al que atañe	Cobertura (interna y externa)
Calidad y seguridad en neumáticos	Clientes, consumidores	Interna
Consumo de energía	Comunidad	Interna
Desarrollo y formación de colaboradores	Colaboradores	Interna
Apoyo a la comunidad (inversión social)	Comunidad	Interna
Educación y toma de conciencia en la sociedad sobre seguridad vial	Comunidad	Interna

\*En alineación con la norma ISO 26000 y con el corporativo Bridgestone Japón: <http://www.bridgestone.com/responsibilities/csr/index.html>





Bridgestone Colombia vende una amplia gama de diseños y medidas de neumáticos para automóvil, camioneta y camión, así como para maquinaria agrícola y fuera de carretera. Sus oficinas comerciales se encuentran ubicadas en la ciudad de Bogotá en donde cuenta con un total de 30 colaboradores.

Bridgestone comercializa sus productos a través de una amplia red de distribuidores por medio de sus 55 puntos de venta, siendo responsable del mercado de Ecuador y Colombia. Las ventas presentadas en 2015 consistieron en un total de \$55.316 millones de dólares.

# Bridgestone Colombia



## Cifras relevantes



Total de ventas  
**\$55.316** millones de dólares.



Sede corporativa  
Bogotá, Colombia.



Mercados atendidos (países)  
Colombia y Ecuador.



Beneficiados por los programas de voluntariado  
**240** beneficiados.



Total de empleados (mujeres/hombres).  
**30** (8 mujeres y 22 hombres).

## Cifras relevantes



### Valor económico

(generado, distribuido y retenido).

- **Generado:** **\$89** millones de dólares.
- **Distribuido:** **\$94** millones de dólares.
- **Retenido:** **-\$5** millones de dólares.



### Horas de voluntariado y total de participantes

- **202** horas.
- **56** voluntarios.



### Horas de promedio de capacitación por empleado

**19,6** horas.

## Productos y servicios

Bridgestone Colombia comercializa una gran variedad de neumáticos de calidad para diferentes medios de transporte bajo los nombres de Bridgestone, Firestone y otras marcas asociadas. Estas brindan seguridad y eficiencia de combustible a un precio muy competitivo.

- F-600
- TURANZA ER300
- TURANZA ER30
- DUELER A/T REVO 2
- FS 400
- FIREHAWK GT
- B250 ECOPIA
- DUELER H/P SPORT AS
- DUELER H/T684 II
- ECOPIA EP 150



## Mercado

Bridgestone Colombia, además de ofrecer servicios dentro de su territorio, se dirige a los mercados de Ecuador. Los sectores en los que se enfoca son: automóviles, camionetas, camiones, agrícola e industrial. Sus clientes están conformados por distribuidores, cuentas corporativas y equipo original.



## Grupos de interés

Bridgestone Colombia considera que el éxito del negocio y su permanencia dependen del trabajo en conjunto que la organización desarrolla con sus grupos de interés: personas, comunidades o asociaciones que tienen una vinculación con las actividades de producción y servicio que se brindan. El objetivo central radica en establecer comunicación constante, conocer sus expectativas y establecer alianzas que permitan colaborar en los temas de mutuo interés.

La empresa cuenta con diversos canales de comunicación con los grupos de interés, para así responder a temas relevantes plasmados en su Visión de Sostenibilidad. 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 de interés.



Grupo de interés	Expectativa	Respuesta	Canales de comunicación	Frecuencia de contacto
 <b>Armadoras</b> (Equipo original)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Política comercial que permita el crecimiento de negocio</li> <li>Precio competitivos y calidad superior</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reestructuración de la Política Comercial.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reuniones</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Portafolio más amplio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Análisis MBP</li> </ul>		
			<b>Ecuador</b>	
 <b>Cientes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Precios competitivos y calidad superior</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reposicionamiento de precios de llantas para automóvil, camioneta y camión</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reuniones con importadores</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Apoyo para aperturas de nuevos centros de Servicio</li> <li>Opciones para importadores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Apoyo a nuevos centros de servicio</li> <li>Esquema 1b de importación</li> </ul>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Precio vs Calidad</li> <li>Capacitación para la fuerza de ventas.</li> <li>Apoyo para aperturas de nuevos centros de servicios</li> <li>Promociones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Establecimiento de precios basados en desempeño y MBP</li> <li>Plan de capacitación</li> <li>Ofertas diferenciadoras</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reuniones</li> </ul>	
 <b>Consumidor</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Atención a reclamos y garantías de manera ágil</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capacitación de auto ajustadores por punto de venta</li> <li>Centro de Atención al Cliente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mail y comunicación impresa</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comunicación sobre características y beneficios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Campañas y patrocinios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Línea de atención al cliente y redes sociales</li> </ul>	
 <b>Comunidad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Apoyos sociales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Programa formal en Voluntariado Corporativo Estratégico</li> <li>Campaña Piensa Antes de Conducir</li> <li>Evento de arborización</li> <li>Taller de transformación de llantas usadas</li> <li>Evento con recicladores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Jornadas de voluntariado</li> <li>Campañas de difusión y conciencia en medio masivos</li> <li>Comunicación interna</li> <li>Reuniones</li> </ul>	
 <b>Autoridades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cumplimiento a la normatividad</li> <li>Generar alianzas para el desarrollo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Atención a requerimientos y participación en asociaciones</li> <li>Programa Rueda Verde</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reuniones</li> <li>Eventos - Correo electrónico - Vía telefónica</li> </ul>	
 <b>Medios de comunicación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Información clara y veraz</li> <li>Datos relevantes para sus publicaciones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Atención y envío de información ante cualquier iniciativa o campaña</li> <li>Boletines de prensa</li> <li>Entrevistas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Correo electrónico y Vía telefónica</li> <li>Vía telefónica o presencial</li> </ul>	



Continuo



Continuo o según necesidades

Grupo de interés	Expectativa	Respuesta	Canales de comunicación	Frecuencia de contacto
 <b>Colaboradores</b>	• Atracción y retención del talento	• Bridgestone Group Awards • Sistema 1A y 2S • My Success Factor	• Comunicación interna (digital y física)	
	• Planes de carrera	• Comunicación de competencias • Talent 9Box Grid - Plan de Desarrollo individual	• Reuniones	
	• Formación y desarrollo profesional	• Programa de gestión de Cambio y Coaching • Capacitación en Excel Avanzado y Brigadas de Emergencia	• Cursos y reuniones	
	• Seguridad y salud laboral	• Semana de la salud	• Eventos y capacitación	
	• Compensación y beneficios	• Prima vacacional, pensiones, auxilio en alimentación, descuentos en llantas y medicina pre-pagada • Actividades deportivas y celebraciones	• Comunicación interna	
• Integración entre equipos de trabajo y objetivos de la empresa	• Campaña de promoción de valores			
 <b>Proveedores</b>	• Prácticas comerciales equitativas	• Colaboración y establecimiento de políticas de acuerdo con los lineamientos corporativos.	• Reuniones • Auditorías • Encuesta anual	
	• Financiamiento	• Apoyos económicos (donativos)	• Reuniones	
 <b>Asociaciones/Instituciones</b>	• Alianzas para promover del desarrollo social	• Alianzas en programas de impacto social y comunitario	• Eventos - Correo electrónico - Vía telefónica	

## Premios y Certificaciones

### Premios:

- Certificado de Responsabilidad Social 2015, otorgado por Fenalco Solidario.
- Certificado de siembra de árboles para neutralizar huella de carbono, otorgado por Acción Verde.

### Certificaciones:

- Calidad ISO 9001:2008.
- BASC: Sistema de Gestión en Control y Seguridad.
- ISO/TS 1694: Sistema de Gestión de Calidad de especificación de producto.





## Desempeño en la **sostenibilidad**



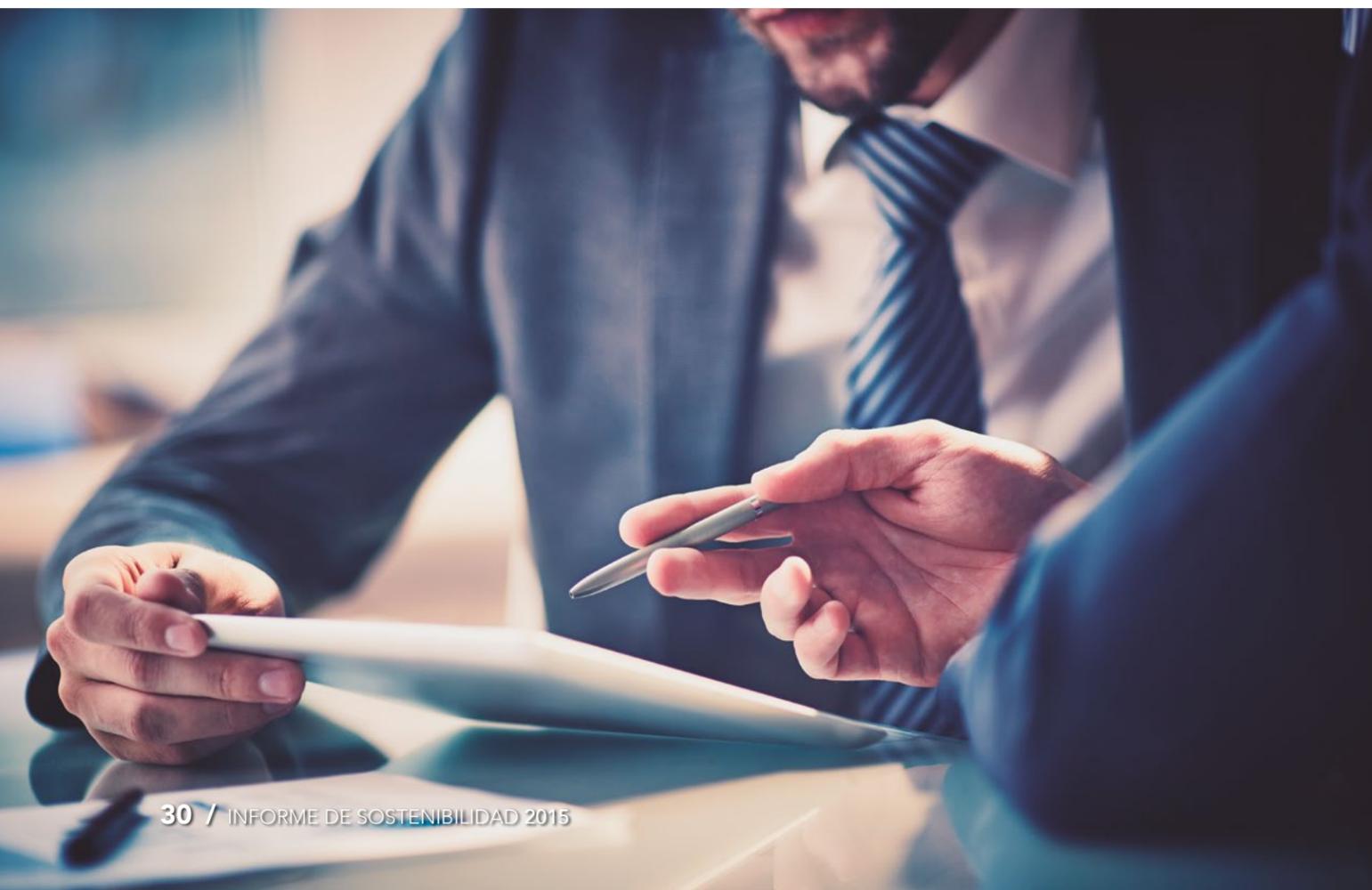
Movilidad, Gente y Medio Ambiente se han consolidado como las áreas prioritarias para la sostenibilidad de la empresa, bajo las cuales se establecen y gestionan las principales acciones con las que Bridgestone sustenta su actuar ético, social, económico y ambiental con sus grupos de interés.

Dichas acciones se enmarcan en siete grandes temáticas: Gobierno Corporativo, Prácticas Laborales, Atención al Cliente, Prácticas Justas de Operación, Apoyo y Vinculación con la Comunidad, Medio Ambiente y Derechos Humanos.

Gobierno corporativo	34
Prácticas laborales	38
Atención al cliente	50
Prácticas justas de operación	54
Apoyo y vinculación con la comunidad	62
Medio ambiente	70
Derechos Humanos	82



## Gobierno corporativo



**Bridgestone Colombia, a través de su modelo de gobierno corporativo, identifica y mitiga los riesgos del negocio, asegura que se actúe con integridad dentro y fuera de la empresa, y trabaja continuamente por construir relaciones de confianza en pro de la sostenibilidad del negocio.**



**100%** de los colaboradores recibieron cursos y evaluaciones en temas de **ética y cumplimiento, derechos humanos, equidad** de género e **igualdad** de oportunidades.

En enero de 2015 se anunció la creación de la nueva unidad de negocios que reúne la gestión de las operaciones de México, Costa Rica (Centroamérica y el Caribe) y Colombia (Ecuador). Esta nueva estructura se denominó Bridgestone Latinoamérica Norte, BS-LAN y se dividió en dos áreas importantes, el *front office*, que consiste en atención directa al cliente, y por otro lado, el *back office*, lo que le da soporte a toda esta nueva organización para alcanzar los objetivos en los distintos departamentos.

Si bien Bridgestone Colombia sigue los lineamientos de la nueva estructura BS-LAN, es una sociedad anónima simplificada y una empresa comercial.



Se implementó la **Semana de la Ética**.



Se realizaron más de **ocho horas de entrenamiento** relacionado con diversos aspectos del **Código de Conducta**.



Se creó la nueva unidad de negocios **Bridgestone Latinoamérica Norte, BS-LAN**.

## Logros

- Apoyo a la facilitación de comercio para las exportaciones de Bridgestone mediante *lobbying* (diálogo con autoridades para resolver temas de interés actual), y acercamiento con diferentes autoridades en el tema.
- Apoyo a la negociación con diferentes autoridades para promover la eliminación de barreras técnicas al comercio.
- Fortalecimiento de la imagen institucional de Bridgestone en Colombia (acciones continuas).
- Apoyo a políticas de manejo adecuado de las llantas de desecho en la región de Bridgestone Latinoamérica Norte.

En **2015 no se reportaron multas significativas ni sanciones monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa** en Bridgestone Colombia.

## Gestión del riesgo

Conscientes de los riesgos a los que se enfrenta, Bridgestone Colombia procura que la toma de decisiones impacte de manera positiva en la rentabilidad del negocio.

A través de las siguientes iniciativas se buscan alternativas para gestionar los riesgos:

- **Reunión Global de Gestión del Riesgo.** Evento a nivel mundial donde participan todos los equipos que administran los riesgos. La experiencia permite intercambiar información y reflexionar sobre el entorno, así como su gestión, identificación, reconocimiento y evaluación para permitir la continuidad del negocio.
- **Bridgestone Americas Compliance Center (BACC).** Este sistema proporciona la base para que todas las decisiones y actividades de la empresa sean ejecutadas con integridad, apegándose en todo momento a los valores, políticas y reglamentos internos; así como al cumplimiento de cualquier marco legislativo aplicable a sus operaciones.

## Comité de Crisis

El Comité de Crisis y el Comité de Emergencia en Bridgestone Colombia se actualizaron a partir de enero de 2016, siendo conformados por la Gerencia General, así como los líderes de las áreas de Ventas, Seguridad Corporativa y Finanzas.

## Ética

En 2015, Bridgestone Colombia logró capacitar al 100% de sus colaboradores en materia de ética.

## Logros

- Se realizaron actividades dentro de la Semana de Ética, como la emisión de mensajes internos y mensajes de reflexión.
- Desarrollo del seminario “Por un nuevo comienzo”, basado en el Código de Conducta, en el cual se reforzaron temas de valores y se previno sobre lo que no se debe realizar en Bridgestone Colombia. De dicho seminario se obtuvo la participación de la mayoría del personal, con una evaluación de satisfacción alta, memorias y un compromiso simbólico para con la empresa.

## Código de Conducta

El Código de Conducta establece lineamientos que fomentan el respeto y la tolerancia en el lugar de trabajo. La empresa se guía por el Código de Conducta de *Bridgestone Americas Compliance Center* (BACC), que agrupa los temas prioritarios en la materia. En los últimos dos años, se trabajó en un plan de comunicación para fortalecer los conocimientos de los colaboradores y proveedores en aspectos relacionados con la ética, la integridad y la transparencia.

## Capacitación ética

Para promover la ética y los valores de Bridgestone, durante 2015 se realizaron capacitaciones directas presenciales por más de ocho horas en temas vinculados con:

- Prevención de conductas de acoso laboral
- Conflicto de intereses
- Política de prevención en alcohol y drogas
- Confidencialidad

Además, se entregó de manera física el Código de Conducta a los colaboradores, se impartió un seminario en el que se implementó el conocimiento en su vida personal, y se enviaron mensajes por correo relacionados con el Código de Conducta de Bridgestone.



G4-35,G4-37,G4-41, G4-57,G4-58, G4-SO4

Los empleados de Bridgestone Colombia conocieron a detalle los temas éticos permitidos, de acuerdo al Código de Conducta de la empresa.

Por otro lado, constantemente se realizaron análisis sobre los procesos de evaluación en temas de ética, a través de cursos relacionados con:

- Acoso laboral
- Conflicto de intereses
- Confidencialidad
- Política acerca del uso de alcohol y drogas
- Relación con clientes
- Prevención de lavado de activos
- Otras prácticas corruptas
- Comportamientos éticos permitidos como colaboradores

## Comité de Ética

La función del Comité es atender todas las inquietudes relacionadas con incumplimientos de los lineamientos establecidos en cualquier política o procedimiento de la empresa. El Comité de Ética está integrado por el Gerente General, y líderes de las áreas de Legal, Ventas, y Recursos Humanos.

En 2015, se realizó una sesión para definir y solucionar los dilemas.

## Mecanismos de denuncia

Para denunciar cualquier incumplimiento del Código de Conducta, existe a disposición de los colaboradores la línea telefónica 01 800 915 5860. En 2015, a través de este medio se registraron las primeras denuncias, mismas que fueron atendidas directamente por la Directora de *Compliance* y que permitieron realizar cambios en los estándares y normas de la empresa.

## Capacitación en Derechos Humanos

Todo el personal ha recibido capacitación y ha participado en actividades de inducción sobre los procedimientos de la organización en materia de Derechos Humanos y en temas relacionados con la equidad de género e igualdad de oportunidades.





Los colaboradores de Bridgestone Colombia son la fuerza y pilar para la sostenibilidad de la compañía. En sus capacidades, motivación, seguridad y desarrollo integral se cimientan las bases de la rentabilidad del negocio, la satisfacción y confianza de los grupos de interés hacia la empresa.



**195** horas en el año y **19,6** horas promedio de formación por empleado.



**\$5.200** dólares de inversión en capacitación.

## Prácticas laborales

### Colaboradores

La plantilla laboral de Bridgestone Colombia es esencial para su funcionamiento. Es a través de su fuerza laboral que la empresa puede alcanzar el éxito y afrontar los retos que se presenten en un futuro. En 2015, la plantilla estuvo conformada por un total de 30 empleados (22 hombres y 8 mujeres). El porcentaje de rotación en 2015 fue del 29%.



**100%** del personal recibió algún tipo de capacitación.

### Salud y seguridad

Debido a que Bridgestone Colombia es una empresa que realiza actividades meramente comerciales que no representan mayores riesgos a la salud ni a la seguridad de sus empleados, no se registraron lesiones, víctimas mortales o días perdidos por enfermedades vinculadas con el ejercicio profesional en los colaboradores.



**26,6%** del personal son mujeres.



## Capacitación

Con el objetivo de contar con una fuerza laboral preparada, Bridgestone Colombia invirtió \$2.500 dólares en capacitación para el desarrollo, con temáticas sobre la Gestión del Cambio y *Coaching* para Líderes, que resultó en un total de 42 horas de capacitación para 19 colaboradores.

De igual manera, se invirtieron \$2.700 dólares en capacitación técnica, con las temáticas de Curso de Excel avanzado y Brigadas de Emergencia, dando como resultado 60 horas de capacitación a 22 colaboradores.

En general, se tuvo un total de 195 horas de capacitación que resultó en un promedio por colaborador de 19,6 horas.

En la tabla que se presenta a continuación se evidencia el total de empleados capacitados durante 2015, por cada una de las categorías profesionales:

Categorías profesionales	Total de empleados	Horas de capacitación	Promedio de horas de capacitación
Subdirectores, Gerentes o Representantes de área	9	55	6,1
Mandos Intermedios	9	70	7,7
Asistentes	12	70	5,8
Total	30	195	19,6

Los hombres contaron con un total de 113 horas de capacitación, mientras que las mujeres tuvieron un total de 82 horas.

	Total de empleados	Horas de capacitación	Promedio de horas de capacitación
Hombres	22	113	5,13
Mujeres	8	82	10,25
Total	30	195	15,38



## Prestaciones

Bridgestone Colombia asegura a sus trabajadores estabilidad y confianza en situaciones de necesidad. De esta manera, los colaboradores se sienten parte de la empresa y se crea un ambiente laboral de tranquilidad y familiaridad.

Adicionalmente, los colaboradores gozan de beneficios como medicina prepagada, descuentos en juegos de llantas, auxilio en alimentación y prima vacacional.

Las prestaciones que se otorgan por ley para los empleados de Bridgestone Colombia consisten en:

- 4% de aporte a pensiones
- 4% de cesantías
- 4% de EPS (seguridad social)
- Prima Legal de Servicio (un salario)

## Desarrollo integral

A través de correos electrónicos, folletos y carteleras en oficinas, se promovieron iniciativas a favor de:

**Salud.** En la Semana de la Salud se fomentaron buenos hábitos alimenticios.

**Deporte.** Se diseñaron actividades lúdicas y deportivas con la finalidad de aumentar la motivación, generar integración y trabajo en equipo.

**Valores.** Se realizó la Iniciativa en Compañía con la finalidad de transmitir el compromiso y los valores corporativos.

**Integración.** A través de celebraciones en fechas especiales, lo que generó un mejor clima laboral.

## Campañas de sensibilización

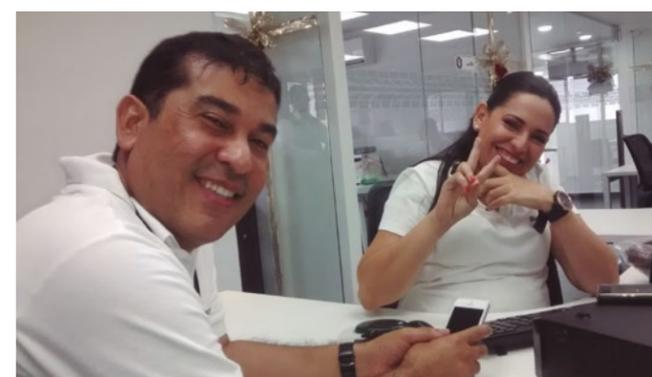
Como parte de las campañas de sensibilización a colaboradores, en 2015 se contó con:

### Cuidado del medio ambiente

Se llevó a cabo una iniciativa de concientización acerca de la utilización de pitillos en el consumo de bebidas. Se envió un correo electrónico a los colaboradores con información acerca de qué están hechos, cuál es el daño que hacen al medio ambiente y qué hacer para enmendar sus consecuencias.

### Reglamento de Tránsito

En 2015 se difundió un correo electrónico entre todos los colaboradores con el fin de informar sobre el nuevo reglamento de tránsito. En dicho correo se enlistaron diez faltas comunes al Código de Tránsito, los montos de multa que estas implicaban y el código que estaban infraccionando.





Bridgestone Colombia busca siempre brindar una respuesta eficaz y oportuna a todas las necesidades de sus clientes por medio de una amplia infraestructura de servicios y comunicación\*. La empresa cuenta con tres tipos de clientes: las armadoras de equipo original, los distribuidores de productos y el consumidor final.

## Atención al cliente



**\$55.316** millones de dólares de ventas en 2015.



**55** puntos de venta en 2015.



**3** nuevas tiendas abiertas en 2015.

Se logró la apertura de **dos** nuevos centros de distribución de llanta camión (TBR).



Se presentó un **valor generado** de

**\$89** millones de dólares,

un **valor distribuido** de

**\$94** millones de dólares,

y un **valor total retenido** de

**-\$5** millones de dólares.

\* Revisar la tabla de Grupos de Interés en el apartado de Clientes páginas 24 y 25.



En Bridgestone Colombia, el valor económico generado en 2015 fue de \$89 millones de dólares, el valor económico distribuido fue de \$94 millones de dólares y, el valor económico retenido fue de -\$5 millones de dólares.

En 2015 se disminuyeron los días de cartera, pasando de 170 días para el año 2014 a 165 días para el año 2015, equivalente a un 8% del total de la cartera.

Se implementó el sistema SAP 6,0 para dar cumplimiento a la ley 1314 de 2009 (convergencia a las normas contables locales con las internacionales).

## Ventas

En 2015, las cifras en ventas de Bridgestone Colombia llegaron a \$55.316 millones de dólares, lo que representa un decremento del 31% en comparación con 2014.

Asimismo, se logró la apertura de dos nuevos Centros de Servicio de Distribución (Consumo), y dos Centros Camioneros (TBR). Las ventas de unidades fueron de 160.437 para Distribuidores y de 90.139 para Distribuidores (TBR).

Distribuidores	
Logros	Apertura de dos nuevos centros de servicio. Codificación de cuatro nuevos clientes. Cierre de cartera: 98 DSO.
Resultados	Ventas en Unidades: 160.437 (6% menos que 2014). Ventas en COP: 28,700 M (4% por encima de 2014). Utilidad Bruta: 16% (2pp menos que en 2014)
Distribuidores (TBR)	
Logros	Apertura de dos nuevos centros camioneros.
Resultados	Ventas en Unidades: 90.139 unidades (3% arriba del OB 2015). Ventas en US: US\$24.109.471 Ventas en COP: \$43.618.651.413 GP: 18,4%
Ecuador	
Logros	Apertura de cuatro nuevos centros de servicio a nivel nacional.

Bridgestone Colombia, además de ofrecer servicios dentro de su territorio, se dirige a los mercados de Ecuador en los sectores de automóviles, camionetas, camión, agrícola e industrial.

## Puntos de venta

Bridgestone Colombia cuenta con 55 puntos de venta que ofrecen servicio, productos y asesoramiento para vehículos. Durante 2015 se invirtieron \$60.000 dólares en la apertura de tres tiendas ubicadas en Colombia y Ecuador. Como consecuencia de lo anterior, se generaron seis empleos directos y alrededor de 18 empleos indirectos.

## Satisfacción de los clientes y distribuidores

Bridgestone Colombia busca asegurar que todas las relaciones con clientes y consumidores sean justas y honestas. La compañía basa sus acciones de publicidad en decir la verdad sobre los productos y servicios, evitando hacer declaraciones falsas sobre ofertas o competidores.

Para saber cómo es que esta estrategia influye en los clientes, se realizó una encuesta de satisfacción en Ecuador, donde se evidenció una mejora sustancial en la calidad del servicio a la red de importadores en todas las áreas, principalmente en la gestión de la Gerencia de Ventas, en la que hubo un mayor acompañamiento comercial y se desarrollaron apoyos para el crecimiento del negocio en este país.





**Bridgestone Colombia desarrolla de manera proactiva, acciones de marketing responsable, programas para el desarrollo de su cadena de valor y participa en asociaciones gremiales alineadas con su modelo de negocio para generar beneficios en sus grupos de interés y propiciar un ambiente de negocio próspero y equitativo en beneficio de la sociedad.**



**Bridgestone Colombia** colaboró con **seis asociaciones del gremio** en el país en diversos **proyectos de índole económico y social** en pro de la competencia y comercio justo.

## Prácticas justas de operación



Se desarrollaron **tres campañas promocionales** bajo los parámetros legales establecidos por **COLJUEGOS** y la **ley de HABEAS DATA**, por lo cual no se cuenta con ninguna multa.

### Marketing responsable

Bridgestone Colombia hace promoción a sus productos, servicios y acciones. La importancia de contar con buenas campañas promocionales recae en el beneficio mutuo surge cuando éstas son utilizadas correctamente. Tener una base ética mercadológica, le permite a Bridgestone asegurar a sus clientes productos de calidad que cumplen con lo que promueve en sus campañas publicitarias.



**13% de ahorro** en gastos en las **tarifas** de contratos a proveedores con respecto al 2014.



## Campañas

Dentro de las principales campañas desarrolladas en 2015, se encuentran:

### Auto y camioneta

**Un camino lleno de sonrisas con Bridgestone.** La compañía ofreció una promoción especial para los usuarios finales de Bridgestone Colombia. Hasta abril de 2015, quienes compraron cuatro llantas Bridgestone y/o Firestone, recibieron un kit de carretera o un kit de herramientas que les permitiera sentir mayor seguridad en su desplazamiento por las carreteras colombianas.

Esta promoción aplicó para todo el territorio nacional, en llantas compradas en los puntos autorizados por Bridgestone Colombia e identificados con la promoción.

**Viaja preparado en esta Navidad.** En noviembre 2015, quienes compraron dos llantas Bridgestone y/o Firestone iguales o superiores a Rin 14", obtuvieron un kit de herramientas de regalo.

La promoción aplicó para todas las llantas del segmento Pasajero Radial y Camioneta Radial que fueron adquiridas en los puntos debidamente autorizados por Bridgestone Colombia e identificados con la promoción.

### Camión

**Rueda en una NHR con Bridgestone, Firestone y/o Bandag.** Los clientes que adquirieron llantas Bridgestone o Firestone en rines 22,5" o 17,5" y/o reencaucharon en Bandag en los mismos rines, participaron en la rifa de un NHR de Chevrolet (el vehículo de carga más vendido y querido por los colombianos).

Esta promoción, que se extendió por todo el territorio nacional, estuvo disponible desde el 22 de febrero hasta el 30 de junio del 2015. De acuerdo con la cantidad de llantas adquiridas, teniendo en cuenta el rin o el tipo de producto, el cliente recibió una boleta para participar en la rifa del vehículo de carga.

### Protección de datos personales

Tener una base ética dentro del mercadeo, permite a Bridgestone Colombia asegurar a sus clientes productos de calidad que cumplan con las normas vigentes del país y que sean correctamente promocionados en sus campañas publicitarias.

Todas las campañas siguen las normas de:

#### COLJUEGOS

Es la empresa industrial y comercial del Estado administradora del monopolio rentístico de los Juegos de Suerte y Azar. Fue creada mediante el Decreto 4142 del 3 de noviembre de 2011, como una empresa descentralizada del orden nacional, vinculada con el Ministerio de Hacienda y Crédito Público. Para mayor información, puede consultarse el siguiente enlace <http://www.coljuegos.gov.co>

#### Ley de HABEAS DATA

Manejo de información personal. El derecho de Habeas Data es aquel que tiene toda persona de conocer, actualizar y rectificar la información que se haya recogido sobre ella en archivos y bancos de datos de naturaleza pública o privada.

En las promociones para las cuales se requieren datos de los clientes, se encuentra siempre a su disposición el Aviso de Privacidad, mismo que puede consultarse en el siguiente enlace <http://www.sic.gov.co/drupal/manejo-de-informacion-personal>.

El **compromiso** de Bridgestone 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.

## Redes Sociales



**6.548** seguidores en **Twitter**,

**52.592** seguidores en **Facebook**,

**115** suscriptores en **YouTube**.

Facebook Bridgestone Colombia:

<https://www.facebook.com/BridgestoneColombia/>

Youtube Bridgestone Colombia:

<https://www.youtube.com/user/bridgestonecol>

Twitter @BridgestoneCol

<https://twitter.com/BridgestoneCol>





## Proveedores

A partir del 1 de octubre de 2015 entró en vigencia la estructura de Bridgestone Latinoamérica Norte, BS-LAN (México-Colombia-Costa Rica). La nueva estructura de compras permitió tener más claridad en los procesos y en las operaciones locales mientras que maximizó el conocimiento y dominio de los mercados en los que se opera. También permitió seguir aprovechando las fortalezas y oportunidades de negocio existentes en cada uno de los países que conforman esta nueva región, a la vez que alineó más fácilmente cada una de las operaciones con la estrategia general.

Los procesos actuales del Departamento de Compras están alineados al cumplimiento de los requerimientos del negocio para asegurar y contribuir con el desarrollo de los socios comerciales y de la comunidad.

## Logros

Desde el Departamento de Compras se disminuyeron las tarifas de contratos con proveedores que impactan directamente en el gasto operativo como lo son hoteles, tiquetes nacionales, transporte. Asimismo, los gastos se redujeron en un 13% con respecto al 2014.

## Evaluación a proveedores

Bridgestone Colombia cuenta con normas de carácter obligatorio que deben cumplir los proveedores antes de iniciar la prestación de algún producto o servicio a la empresa.

El primer filtro consiste en un estudio de seguridad para establecer una relación comercial probable. En el siguiente paso, los proveedores cuentan con un plazo de 30 días para enviar a Bridgestone su plan de acción correctiva ante inconformidades detectadas. Luego de este proceso se realiza una auditoría realizada por parte de un equipo multidisciplinario de la empresa.

El proceso de evaluación es realizado por cada responsable, por el área de Compras y el área de Seguridad. Algunos de los criterios que se consideran en la evaluación son:

- Calidad del producto o servicio.
- Confiabilidad, aspectos como desempeño del servicio.
- Garantías.
- Atención oportuna a quejas y reclamos.
- Responsabilidad.
- Suministro de información reglamentaria.
- Comportamiento del mercado.
- Ventajas.
- Aspectos a mejorar.

El Departamento de Compras se encarga de realizar evaluaciones anuales a los proveedores, principalmente a los catalogados como “críticos”, cuyo producto o servicio tiene gran impacto en la dinámica del negocio, los cuales podrían generar riesgos.

Luego de la evaluación, se realiza retroalimentación a los proveedores vía correo electrónico y mediante una reunión presencial, donde se les informa sobre el resultado de su evaluación, los cambios de la compañía y lo que Bridgestone Colombia espera de sus proveedores en temas sociales, ambientales y éticos, entre otros.

Bridgestone Colombia brinda **reconocimiento a todos los proveedores** que realizan **aportes** en la compañía en temas de **sostenibilidad**.



## Alianzas y colaboraciones

La empresa colabora con las siguientes organizaciones:

- ANDI - Asociación Nacional de Industriales
- CEA - Consejo de Empresas Americanas
- AMCHAM - Cámara Costarricense Norteamericana de Comercio
- Asociación Nacional de Reencauche
- Federación Nacional de Colombia
- Corporación Rueda Verde

Bridgestone Colombia, además de tener alianzas con estas organizaciones, durante 2015 contó con diversas actividades que promovieron la integridad y la sana competencia en el mercado nacional a favor de las personas y las empresas. Entre ellas destacaron:

- Participación de la Gerencia General en comités sobre industria llantera.
- Participación de los ejecutivos comerciales y de seguridad en los comités de interés para Bridgestone Colombia.
- Participación por parte de mercadeo y recursos humanos para entrenamientos y actividades de responsabilidad social.
- Programa post-consumo de llantas, participación de la Gerencia General, Ingeniería en Ventas y de la Gerencia Legal.



Bridgestone Colombia desarrolla diversas actividades sociales y de voluntariado que buscan generar oportunidades de desarrollo para la comunidad y vínculos de confianza con la sociedad. Con ello, la organización y colaboradores tienen la oportunidad de trascender de manera positiva en su entorno.

# Apoyo y vinculación con la comunidad



**56** voluntarios,  
**240** beneficiados.



**202** horas de voluntariado.



**45** árboles plantados.



**40** carrozas de recicladores mejoradas.



**942** vehículos revisados en presión de inflado de llantas.

## Comunidad

Bridgestone Colombia recibió por parte de Fenalco Solidario, organismo adscrito a la Federación Nacional de Comerciantes, el Certificado en Responsabilidad Social. Este certificado fue alcanzado por Bridgestone Colombia gracias a una excelente y consistente labor desarrollada en los últimos años, que le permitió a la compañía implementar diversos proyectos de la mano de sus colaboradores, distribuidores, proveedores y clientes.

Con estos proyectos se buscó, principalmente, hacer de la responsabilidad social un factor determinante en el permanente actuar de la empresa y contribuir así con la generación de un cambio en la sociedad colombiana.

### Programas de Voluntariado

En Bridgestone Colombia, el voluntariado se considera una expresión de la responsabilidad social de la empresa, ya que asegura un impacto doblemente positivo: por un lado, hacia el interior de la compañía y, por el otro, hacia las comunidades donde opera. La importancia de medir los resultados de los programas de voluntariado recae en conocer el impacto que estos tienen.

Los programas de voluntariado se detallan a continuación:

#### Arborización

La primera actividad de arborización del 2015 se llevó a cabo en el Jardín Botánico, contando con la participación de 33 voluntarios que plantaron un total de 45 árboles.

#### Piensa antes de conducir

Como parte del programa Piensa Antes de Conducir, se desarrollaron actividades de presión de inflado de la campaña de Responsabilidad Social en las ciudades de Bucaramanga, Cúcuta, Girardot, Ipiales, Manta, Medellín, Neiva, Santo Domingo, Sogamoso, Valledupar, Barranquilla y Ecuador.

Se reportó un total de 942 llantas revisadas para presión de inflado.

Esta actividad busca brindar a los dueños y usuarios de vehículos diferentes herramientas que les ayudan a identificar los principales factores de riesgo en las vías y, además, ayuda a generar conciencia entre los participantes sobre el impacto que tienen los vehículos en el medio ambiente.



#### Pimp my carroza

Este programa consistió en la participación de voluntarios, quienes brindaron su tiempo y dedicación para acondicionar y pintar las carrozas que utilizan los recicladores en la ciudad de Bogotá. De las 9.000 toneladas de residuos que se producen en Bogotá, 2.000 son recuperadas gracias al trabajo de los recicladores. Con este proyecto se mejoró el aspecto de 40 carrozas de recicladores y se acondicionaron con más de 70 llantas nuevas, donadas por Bridgestone, lo que les permitió aumentar su capacidad de carga.

Adicionalmente, los recicladores y sus familias recibieron revisión médica, sesión de cuidado personal, actividades para niños, desayuno, almuerzo, un botiquín, un kit de aseo personal y elementos de seguridad como el uniforme y capa de lluvia para ejercer su labor con mayor comodidad.



#### Taller de reutilización de llantas

En su interés por contribuir con el cuidado del medio ambiente y por participar en diferentes actividades que le permitan acercarse a la comunidad, Bridgestone Colombia desarrolló, en conjunto con el Centro Comercial Hayuelos y la Fundación *Laudes Infantis*, un taller para la reutilización de llantas. Más de 60 familias participaron para transformar llantas usadas en divertidas esculturas.

Niños, niñas y adultos participaron de una forma muy entusiasta, conscientes de la importancia de dar diferentes y divertidos usos a las llantas de desecho, lo que contribuye con la preservación del medio ambiente.

En 2015, la cantidad total de **voluntarios** fue de **56**, prestando un total de **202 horas** que beneficiaron a **240 personas**.



Es a través de sus actividades ambientales que Bridgestone Colombia incorpora la forma en que todos los aspectos del negocio deben contribuir con la conservación del medio ambiente.



**86,37** toneladas de CO<sub>2e</sub> emitidas en 2015 fueron **compensadas**.

## Medio ambiente



**375** árboles nativos plantados en la zona de Reserva Forestal.



Por sus acciones de **compesación de emisiones Bridgestone Colombia** es **Carbono Neutro**.

**One Team,  
One Planet.**

**85%** en ahorro de energía.

## Proyecto Huella de Carbono

Consciente de la necesidad de cuidar el medio ambiente y con el objetivo de fomentar la sostenibilidad en Colombia, Bridgestone inició en el 2014 un plan de mediano y largo plazo para compensar la emisión de gases efecto invernadero a la atmósfera.

Los objetivos específicos de este programa son:

- Identificar las principales fuentes de emisión de gases de efecto invernadero
- Calcular la huella de carbono en Bridgestone de Colombia
- Analizar los resultados obtenidos de la huella de carbono
- Formular estrategias de reducción y compensación

En 2015 se identificaron las principales fuentes de emisión de gases de efecto invernadero.

Estas fueron:

### Alcance 1

Emisiones directas de GEI asociadas con el transporte

- Transporte de personal 16,36 toneladas de CO<sub>2e</sub>
- Transporte corporativo 28,18 toneladas de CO<sub>2e</sub>

### Alcance 2

Emisiones indirectas de GEI asociadas con la electricidad

- Consumo de electricidad 41,61 toneladas de CO<sub>2e</sub>

### Alcance 3

Emisiones indirectas de GEI asociadas con la distribución y consumo de papel

- Transporte de carga 443,49 toneladas de CO<sub>2e</sub>
- Consumo de papel 0,19 toneladas de CO<sub>2e</sub>

Se obtuvo como resultado 529,85 toneladas y se definió compensar los alcances uno y dos, por lo que el total de emisiones a mitigar fue de 86,37 toneladas de CO<sub>2e</sub>.

## Medidas internas de reducción de emisiones

Como parte de las estrategias de reducción, en 2015 se desarrollaron las siguientes medidas por tipo de alcance:

### Alcance 1 – Emisiones directas de GEI asociadas con el transporte

- **Transporte de carga.** Mejorar la eficiencia de carga utilizando la capacidad máxima de los vehículos de carga contratados para el transporte de las llantas desde las bodegas de Barranquilla, lo que se traduciría en una reducción de emisiones de CO<sub>2e</sub>.
- **Optimizar rutas de transporte.**
- **Emplear vehículos de mayor capacidad 2010.** Los modelos recientes de vehículos incorporan tecnologías que son más eficientes al consumir menos combustible; así, se estarían emitiendo menores cantidades de CO<sub>2e</sub>.

### Alcance 2 – Emisiones indirectas de GEI asociadas con la electricidad

- **Uso de bombillas LED.** Las bombillas LED son energéticamente más eficientes, por lo que permiten lograr reducciones importantes en el consumo de energía y, por ende, una disminución en las emisiones de CO<sub>2e</sub>.
- **Las luces LED no contienen mercurio, por lo cual es posible reciclarlas.** Instalación de sensores de movimiento y sensores de luz del día. La combinación de LED y sistemas de control permite alcanzar un ahorro en el consumo de energía de hasta el 85% en comparación con las instalaciones equipadas con fuentes de luz tradicionales.

### Alcance 3 – Emisiones indirectas de GEI asociadas con la distribución y consumo de papel

- **Campaña de ahorro de papel.** Considerando el elevado consumo de papel en Bridgestone, se inició una campaña de concientización que lleve a una reducción en el consumo, que fomente el uso responsable del mismo y su reutilización.
- **Digitalización de procesos.** Con el objetivo de disminuir el consumo de papel, se propone utilizar en su mayoría documentos digitales e imprimir únicamente los documentos indispensables; de esta manera se reducen las emisiones de CO<sub>2e</sub> derivadas de los recursos utilizados para la elaboración del papel.



## Rueda Verde

El objetivo de este programa es controlar y prevenir el impacto al medio ambiente y la salud de la sociedad que se produce por el manejo inadecuado de las llantas usadas, a través de su aprovechamiento y/o valorización.

El ámbito de aplicación es para productores de 200 o más unidades al año de llantas rin 13" a rin 22,5" y productores que importen más de 50 vehículos con sus respectivas llantas hasta rin 22,5". El 2012 fue el año inicial del programa con un porcentaje del 20% de llantas recolectadas. A partir de esto, se fijó un incremento del 5% anual de recolección con el propósito de alcanzar la meta final del 65%.

## Carbono Neutro

Durante 2015, por medio de la empresa Acción Verde, organización especializada y con larga trayectoria en proyectos forestales del más alto nivel, se sembraron 375 árboles nativos en zona de Reserva Forestal, sirviendo como zona de amortiguación a la Reserva de la Biosfera "El Tuparro", declarada así por la UNESCO. Gracias a ello, se compensaron las 86,37 toneladas de CO<sub>2e</sub> emitidas en 2015 y la compañía logró convertirse en Carbono Neutro, mediante el certificado expedido en febrero de 2016.

Cada árbol sembrado a nombre de Bridgestone Colombia tiene un código asignado con el cual se ingresa en el sitio web de Acción Verde para hacer seguimiento al proceso de siembra y crecimiento del mismo, al lugar geográfico donde está y a la información interesante sobre la especie. Esto permite que los involucrados sean parte del proceso y resultado de este tipo de acciones.

## Edificio con certificación LEED

Bridgestone Colombia opera desde la Torre Argos, en la ciudad de Bogotá. Este edificio cuenta con la certificación LEED Plata (Liderazgo en Energía y Diseño Ambiental), en las categorías: *Core and Shell* (núcleo y envoltorio) y *Commercial Interiors*, ya que todos los concretos utilizados en la construcción del edificio se produjeron siguiendo prácticas ambientales que permiten ahorros de agua, de cemento y disminución de emisiones de CO<sub>2e</sub>. Además, su diseño contempla herramientas para la reducción del consumo de energía y otros recursos.

El edificio cuenta con cubierta verde, ventilación cruzada, cortasoles y vidrios con coeficientes de refracción solar, entre otras cualidades, que ayudan a disminuir el consumo de energía. La cubierta verde sirve como control térmico y como filtro a la recolección de agua de lluvia para su tratamiento y reutilización. En la cubierta hay dos tipos de plantas: las nativas que consumen poca energía y las plantas CAM, que hacen fotosíntesis nocturna, consumen poca energía y poca agua.





## Derechos Humanos

Bridgestone Colombia revisa y alinea su estrategia de negocio y de sostenibilidad con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU. Esto le permite identificar metas específicas en las que puede contribuir buscando soluciones mediante el uso de sus competencias básicas.

Durante el 2015, se llevaron a cabo diferentes acciones que involucran el apoyo de la compañía para diferentes objetivos de desarrollo sostenible:

Objetivos de Desarrollo Sostenible	Enfoque Bridgestone	Acciones 2015	Pilar sostenible
	Bridgestone Colombia promueve la salud como elemento indispensable dentro de la empresa, por lo que diariamente se esfuerza por brindar a sus colaboradores un entorno de trabajo seguro y saludable.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Semana de la Salud en la que se fomentan buenos hábitos alimenticios.</li> <li>• Se diseñaron actividades lúdicas y deportivas con la finalidad de aumentar la motivación, generar integración y trabajo en equipo.</li> </ul>	
	Para Bridgestone Colombia mejorar los conocimientos y competencias de quienes integran su empresa es prioridad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• \$ 2.500 dólares en capacitación para el desarrollo.</li> <li>• \$2.700 dólares en capacitación técnica.</li> <li>• 100% de los colaboradores recibió capacitación.</li> <li>• 237 horas de capacitación total.</li> </ul>	 
	Bridgestone valora la diversidad y previene la discriminación de cualquier índole a través de su Código de Conducta	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 26,6% de la plantilla laboral son mujeres.</li> <li>• 100% del personal ha recibido capacitación y ha participado en actividades de inducción en materia de Derechos Humanos y en temas relacionados con la equidad de género e igualdad de oportunidades.</li> </ul>	
	El uso de energía limpia y sostenible se encuentra dentro de las metas de Bridgestone Colombia para mitigar el impacto de sus actividades en el medio ambiente.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oficinas de Bridgestone Colombia en la Torre Argos (Edificio LEED)</li> </ul>	

Pilar Sostenible:  Movilidad  Gente  Medio Ambiente

Objetivos de Desarrollo Sostenible	Enfoque Bridgestone	Acciones 2015	Pilar sostenible
	Asegurar empleo pleno, productivo e inclusivo, es lo que Bridgestone logra a través de su crecimiento económico y sus políticas internas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prestaciones superiores a las de la ley.</li> <li>• Iniciativas de salud, deporte, valores e integración.</li> <li>• 100% del personal ha recibido capacitación y ha participado en actividades de inducción en materia de Derechos Humanos y en temas relacionados con la equidad de género e igualdad de oportunidades.</li> </ul>	
	Lograr que las ciudades sean inclusivas y sostenibles hace que Bridgestone reúna esfuerzos por asegurar una transportación de calidad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Faltas al código de tránsito: campaña de concientización con el fin de informar a los colaboradores acerca del reglamento de tránsito.</li> <li>• Programa piensa antes de conducir: 942 llantas revisadas para presión de inflado.</li> </ul>	 
	Bridgestone Colombia garantiza un consumo y una producción sostenible a través de sus diversas políticas de consumo de materiales y compras sostenibles.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bridgestone cuenta con normas de carácter obligatorio que deben cumplir los contratistas que involucran cuestiones tanto de calidad como de Derechos Humanos.</li> <li>• Bridgestone Colombia brinda reconocimiento a todos los proveedores que realizan aportes en la compañía en temas de sostenibilidad.</li> </ul>	 

Objetivos de Desarrollo Sostenible	Enfoque Bridgestone	Acciones 2015	Pilar sostenible
	Para asegurar el cuidado del medio ambiente, Bridgestone Colombia implementa medidas que aseguran e incorporan la sostenibilidad en todos sus procesos productivos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proyecto Huella de Carbono: mitigar las emisiones de la empresa mediante acciones que le permitan ser Carbono Neutral.</li> <li>• Se compensaron las 86,37 toneladas de CO2 emitidas en 2015 y la compañía logró convertirse en Carbono Neutro.</li> <li>• Campaña de ahorro de papel y digitalización de los procesos.</li> <li>• 85% de ahorro de energía mediante sensores de movimiento y luminarias LED.</li> <li>• Optimización de rutas de transporte.</li> </ul>	
	Bridgestone promueve el uso sostenible de los ecosistemas y su preservación a través de programas de voluntariado y campañas de sensibilización a colaboradores.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 375 árboles nativos sembrados en zona de Reserva Forestal.</li> <li>• 45 árboles plantados en el Jardín Botánico.</li> <li>• Campaña de concientización acerca de la utilización de pitillos en el consumo de bebidas y su impacto en el medio ambiente.</li> <li>• Taller de reúso de llantas: más de 60 familias participaron para transformar llantas usadas en divertidas esculturas.</li> </ul>	
	Bridgestone Colombia trata de ser una compañía eficaz, responsable e inclusiva, en donde sus colaboradores tengan igualdad de participación y representación.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El 100% de los colaboradores recibieron las capacitaciones en temas de ética.</li> <li>• La empresa se guía por el Código de Conducta de <i>Bridgestone Americas Compliance Center</i> (BACC).</li> <li>• Se cuenta con un Comité de Ética.</li> <li>• Diversos mecanismos de denuncia.</li> </ul>	

Pilar Sostenible:  Movilidad  Gente  Medio Ambiente

Por primer año se presenta el Informe de Sostenibilidad de Bridgestone Colombia en relación a los asuntos materiales relacionados con la sostenibilidad de la empresa; al mismo tiempo que se brinda información a los grupos de interés sobre sus principales compromisos y actividades en materia de:

- Gobierno Corporativo
- Prácticas laborales
- Atención al cliente
- Prácticas justas de operación
- Apoyo y vinculación con la comunidad
- Medio ambiente
- Derechos Humanos

## Sobre este informe

Debido a que las operaciones en Colombia son exclusivamente comerciales (no se tiene una planta de producción), los asuntos considerados como materiales fueron retomados de los estudios de materialidad realizados en Bridgestone México y Costa Rica que impactan los aspectos comerciales y de relacionamiento con grupos de interés. Estos asuntos fueron actualizados acorde a los objetivos estratégicos de la nueva estructura Bridgestone Latinoamérica Norte, BS-LAN y fueron validados por el Presidente de la misma.

El alcance de este informe incluye la localidad de Bridgestone de Colombia, S.A. de C.V, considerando las oficinas de Bogotá y los centros de distribución en Ecuador.

Este documento ha sido elaborado con la opción «de conformidad esencial», según el Global Reporting Initiative (GRI) para la elaboración de memorias de sostenibilidad en su versión G4, cubriendo el periodo del 1 de enero de 2015 al 31 de diciembre de 2015.



Para garantizar la calidad del informe durante el proceso de elaboración se consideraron los siguientes principios y proceso de relativos a la materialidad:

## Proceso de materialidad

- **Identificación:** Se visualizaron los asuntos relevantes a través del análisis de la opinión pública y percepción de grupos de interés de manera indirecta, es decir, a través de encuestas y sondeos internos.
- **Priorización:** Los asuntos fueron ponderados y priorizados según la relevancia para la sostenibilidad de negocio en el largo plazo y la percepción de grupos de interés.
- **Validación:** Los contenidos fueron sometidos a valoración y verificación por diferentes áreas y aprobado por la Departamento de Comunicación Corporativa y Responsabilidad Social a fin de seleccionar los enfoques e indicadores a reportar en el informe. Por ser el primer reporte de Colombia no se sometió a una verificación externa, sin embargo este informe cuenta con la misma rigurosidad en la revisión interna que los informes de Costa Rica y México.

## Principios de elaboración del informe

### Equilibrio

En este informe se reflejan diversas temáticas del desempeño de la empresa para permitir una valoración razonable del desempeño sostenible.

### Comparabilidad

Se seleccionaron, recopilaron y divulgaron los aspectos e información de tal manera que los grupos de interés puedan analizar los cambios experimentados por Bridgestone con el paso del tiempo. Los informes anteriores están disponibles en el sitio web [www.informebridgestone.com/sostenibilidadBS-LAN](http://www.informebridgestone.com/sostenibilidadBS-LAN)

### Precisión

La información que contiene el reporte proviene de sistemas y controles internos que permiten transparentar la información precisa y suficientemente detallada para que los diferentes grupos de interés puedan valorar el desempeño de la empresa.

### Puntualidad

La Memoria de Sostenibilidad se publica de manera anual y así se mantendrá los próximos años.

### Claridad

Se busca exponer información de manera comprensible y accesible para los grupos de interés que hagan uso del informe.

### Fiabilidad

La información y los procedimientos seguidos en la preparación del informe son recopilados, registrados, compilados, analizados y presentados de forma que puedan ser sujetos a examen para establecer la calidad y materialidad de la información incluida sostenible.

Para solicitar cualquier consulta o comentario sobre la información publicada en este Informe de Sostenibilidad, contacte al Departamento de Comunicación Corporativa y Responsabilidad Social de Bridgestone Latinoamérica Norte, BS-LAN, a través del email [BS\\_LAN\\_Prensa@la-bridgestone.com](mailto:BS_LAN_Prensa@la-bridgestone.com).



# Índice GRI

## Contenidos básicos generales

Indicador	Referencia
G4-1	Pág. 2,3 y 4
G4-2	Págs. 2-4, 9 y 12
<b>PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN</b>	
G4-3	Pág. 21
G4-4	Pág. 22
G4-5	Pág. 21
G4-6	Págs. 21 y 23
G4-7	Pág. 65
G4-8	Pág. 23
G4-9	Pág. 22
<b>PARTICIPACIÓN EN INICIATIVAS EXTERNAS</b>	
G4-14	Colombia está adherido a la Declaración de Río en 1992, al cumplir con la normatividad aplicable damos seguimiento al principio de precaución.
G4-15	Pág. 49
G4-16	Pág. 49

Indicador	Referencia
<b>ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA</b>	
G4-17	Pág. 65
G4-18	Págs. 66 y 67
G4-19	Pág. 19
G4-20	Pág. 19
G4-21	Pág. 19
G4-22	Pág. 67
G4-23	Pág. 67
<b>PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS</b>	
G4-24	Pág. 23-27
G4-25	Págs. 23-27
G4-26	Págs. 23-27
G4-27	Págs. 23-27
<b>PERFIL DE LA MEMORIA</b>	
G4-28	Pág. 65
G4-29	Pág. 65
G4-30	Pág. 67
G4-31	Pág. 67

Indicador	Referencia
<b>ÍNDICE GRI</b>	
G4-32	Pág. 65
<b>VERIFICACIÓN</b>	
G4-33	Pág. 66
<b>GOBIERNO</b>	
<b>La estructura de gobierno y su composición</b>	
G4-34	Pág. 31
G4-35	Pág. 34
G4-36	Pág. 17
G4-37	Pág. 34
G4-41	Págs. 33 y 34
<b>PAPEL DEL ÓRGANO SUPERIOR DE GOBIERNO A LA HORA DE ESTABLECER LOS PROPÓSITOS, LOS VALORES Y LA ESTRATEGIA DE LA ORGANIZACIÓN</b>	
G4-42	Págs. 7, 10 y 11
<b>ÉTICA E INTEGRIDAD</b>	
G4-56	Págs. 7, 32, 32
G4-57	Pág. 34
G4-58	Pág. 34

## Contenidos básicos específicos

Indicador	Referencia
<b>CATEGORÍA: ECONOMÍA</b>	
<b>Aspecto: Desempeño económico</b>	
G4-EC1	Pág. 22
<b>CATEGORÍA: MEDIO AMBIENTE</b>	
<b>Aspecto: Energía</b>	
G4-EN3	Págs. 56
G4-EN5	Pág. 56
<b>Aspecto: Biodiversidad</b>	
G4-EN13	Pág. 55
<b>Aspecto: Emisiones</b>	
G4-EN15	Págs. 56
G4-EN16	Págs. 56
G4-EN19	Págs. 55, 57 y 58

Indicador	Referencia
<b>Aspecto: Productos y servicios</b>	
G4-EN27	Pág. 56 y 57
G4-EN28	Pág. 51
<b>Aspecto: Cumplimiento regulatorio</b>	
G4-EN29	No se presentó ninguna multa significativa en términos ambientales.
<b>CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL</b>	
<b>SUBCATEGORÍA: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO</b>	
<b>Aspecto: Empleo</b>	
G4-LA1	Pág. 37
G4-LA2	Pág. 39
<b>Aspecto: Capacitación y educación</b>	
G4-LA9	Pág. 38
G4-LA10	Pág. 38
G4-LA11	Pág. 38
<b>Aspecto: Diversidad e igualdad de oportunidades</b>	
G4-LA12	Pág. 40 no se cuenta con el desglose del órgano de gobierno.

Indicador	Referencia
<b>Aspecto: Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores</b>	
G4-LA14	Pág. 48
G4-LA15	Pág. 48
<b>SUBCATEGORÍA: DERECHOS HUMANOS</b>	
<b>Aspecto: Trabajo infantil</b>	
G4-HR5	Pág. 48
<b>Aspecto: Trabajo forzoso</b>	
G4-HR6	Pág. 48
<b>Aspecto: Derechos de la población indígena</b>	
G4-HR8	No se presentó ninguna multa significativa en términos de derechos de los pueblos indígenas.
<b>Aspecto: Efluentes y residuos</b>	
G4-HR10	Pág. 48
G4-HR11	Pág. 48
<b>Aspecto: Mecanismos de reclamación en materia de derechos humanos</b>	

Indicador	Referencia
G4-HR12	No se presentó ninguna multa significativa en términos de derechos humanos.
<b>SUBCATEGORÍA: SOCIEDAD</b>	
<b>Aspecto: Comunidades locales</b>	
G4-SO1	Págs. 51-53
G4-SO2	Ninguno
<b>Aspecto: Lucha contra la corrupción</b>	
G4-SO4	Págs. 33 y 34
G4-SO5	Ninguno
<b>Aspecto: política pública</b>	
G4-SO6	Bridgestone no recibe ni otorga contribuciones económicas por parte del gobierno o partidos políticos.
<b>Aspecto: Prácticas de competencia desleal</b>	
G4-SO7	Ninguna

Indicador	Referencia
<b>SUBCATEGORÍA: RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS</b>	
<b>Aspecto: Salud y seguridad de los clientes</b>	
G4-PR1	Pág. 45
G4-PR2	Ninguno
<b>Aspecto: Etiquetado de los productos y servicios</b>	
G4-PR3	Pág. 45
G4-PR4	Ninguno
G4-PR5	Págs. 41 y 43
<b>Aspecto: Comunicaciones de mercadotecnia</b>	
G4-PR6	Ninguno
G4-PR7	Ninguno
<b>Aspecto: Privacidad de los clientes</b>	
G4-PR8	Ninguno
<b>Aspecto: Cumplimiento regulatorio</b>	
G4-PR9	Ninguno



[www.bridgestone.com.co](http://www.bridgestone.com.co)

**Bridgestone de Colombia S.A.S.**

Av. Calle 24A # 59-42, Oficina 203, Bogotá, Colombia

Tel: 57 + 1 + 6544000



COLOMBIA

INFORME DE SOSTENIBILIDAD  
**2015**