



Our Way to Serve

Nuestra Manera de Servir

Índice de contenido



Mensaje del **Presidente** 02



Perfil de la **empresa** 06

- Bridgestone en cifras globales
- Cifras regionales Bridgestone Latinoamérica Norte BS-LAN
- Productos y servicios
- Código de Conducta
- Modelo de Negocio
- Nuestra Manera de Servir
- Gestión de la sostenibilidad
- Asuntos materiales

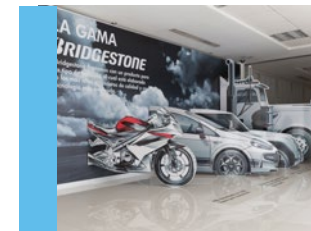


Bridgestone **Colombia** 22

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



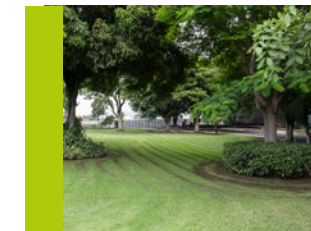
Gobierno **corporativo** 32



Movilidad 36



Personas 38



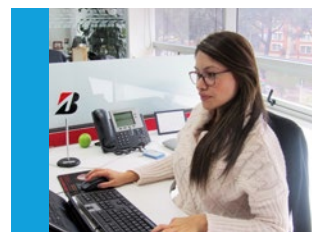
Medio **ambiente** 42

- Edificio con Certificación LEED
- Rueda Verde
- Carbono Neutro
- Eficiencia Ambiental



Cumplimiento regulatorio y **competencia justa** 48

- Ética



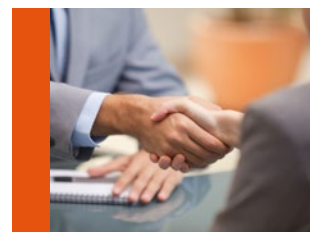
Continuidad del negocio y **gestión de riesgos** 54

- Programa Corporativo de Continuidad del Negocio y Gestión de Crisis



Derechos humanos y **prácticas laborales** 58

- Derechos humanos
- Prácticas laborales



Compras 66

- Proveedores

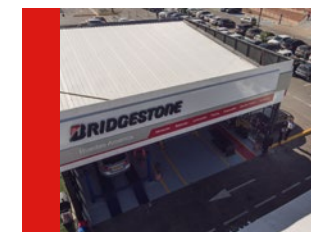


Calidad y valor **para el cliente** 70

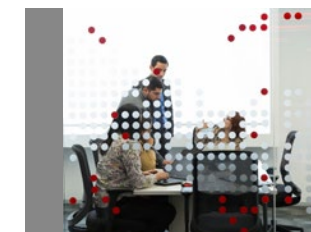
- Promociones y nuevos productos
- Atención al Distribuidor y Consumidor



Objetivos de Desarrollo **Sostenible** 74



Proceso de elaboración **del informe** 78



Índice **GRI** 82



Mensaje del Presidente

Me complace compartir el **Segundo Informe de Sostenibilidad** consolidado para **Bridgestone Latinoamérica Norte (BS-LAN)**, el cual incluye los logros alcanzados durante 2016 en los países que conforman nuestra región: México, Costa Rica y Colombia; resultados del esfuerzo de un equipo de trabajo eficiente, motivado y comprometido a *“Servir a la Sociedad con Calidad Superior”*.

Como reforzamiento de nuestra visión, el Grupo Bridgestone lanzó recientemente su nueva iniciativa global de responsabilidad social corporativa titulada *“Nuestra Manera de Servir”*, alineada a la filosofía y la misión del grupo, la Esencia Bridgestone. Nuestra visión está sustentada en tres Áreas Prioritarias (AP): Movilidad, Personas y Medio Ambiente; así como en seis Principios de Gestión (PG) establecidos:

Cumplimiento regulatorio y competencia justa, Continuidad del negocio y gestión de riesgos, Derechos Humanos y prácticas laborales, Seguridad e higiene industrial, Compras y calidad, así como Valor para el cliente.

Estas áreas y principios sientan las bases para la conducción del negocio, por lo que, el segundo informe de Bridgestone en Latinoamérica Norte, presenta los indicadores y resultados alineados con la nueva estructura de sostenibilidad global, de acuerdo a las acciones y programas implementados en cada uno de los países que conforman nuestra región.

Del total de las ventas de la región, el 70.7% correspondió a México, el 23.8% a Costa Rica y el 5.5% a Colombia. La producción diaria de neumáticos alcanzó 29,450 piezas, de las cuales 19,055 se producen en la planta de Cuernavaca en México, y 10,395 en la planta de San José en Costa Rica. Además, se inauguraron 39 nuevos puntos de venta a nivel región, que, sumados a los más de 853 centros de servicio, fortalecen nuestra red de atención al cliente y con ello, nuestra competitividad.

Como muestra de la importancia que tienen para la empresa la capacitación y el desarrollo de talento, la región implementó nuevos programas de liderazgo y desarrollo de habilidades dirigidos a los colaboradores. Un ejemplo de ello fueron los programas *“Embajadores Bridgestone”* a nivel regional, el *“Diplomado para Líderes”* en México y Costa Rica, así como la *“Escuela de Negocios”* en México. La finalidad de estas iniciativas es clara: potenciar el talento de nuestro personal y garantizar un mejor desempeño. Además de la implementación de estos programas, se consolidaron 102,160 horas de capacitación para 2,311 colaboradores con una inversión de \$374,532 USD.



La **producción diaria** de neumáticos fue de

29,450 piezas.

Por otra parte, nuestras filiales obtuvieron el reconocimiento Great Place to Work por tercera ocasión para México y Costa Rica, posicionándose una vez más dentro de un selecto grupo de empresas, siendo motivo de gran orgullo al reflejar el trabajo constante y compromiso de Bridgestone por asegurar la calidad de vida de sus colaboradores. Además, en la región se crearon 347 nuevos empleos, adicional a aquellos generados indirectamente a partir de la apertura de cada centro de servicio. Cabe destacar que en Bridgestone Latinoamérica Norte, el nivel de contratación de mujeres aumentó en un 50% en comparación con 2015.

A nivel regional, contamos con un programa de voluntariado corporativo que permite a los colaboradores realizar diversas actividades sociales que generan un desarrollo inclusivo en las comunidades en donde opera. Las categorías de las actividades de voluntariado están alineadas a sus áreas prioritarias: *Movilidad, Personas y Medio Ambiente*. En 2016, el número de voluntarios de la región sumó 1,040 colaboradores, quienes en total participaron durante 4,086 horas en acciones sociales.



Consolidación de

102,160
horas de capacitación para
2,311 colaboradores.



Capacitación en temáticas relevantes de **medio ambiente** para

1,925

colaboradores y 766 proveedores.

En línea con la Misión Ambiental, la región implementó mejoras en sus operaciones con el objetivo de minimizar su impacto en el medio ambiente. Las plantas de producción lograron reciclar el 87.38% de los residuos generados en 2016; asimismo, en las instalaciones de planta Cuernavaca se construyó una subestación de suministro de alta tensión para reducir las interrupciones y variaciones de energía; mientras que, en la planta de San José de Costa Rica, se implementó un programa de compostaje de lodos dentro de su Planta de Tratamiento de Aguas Residuales (PTAR).

A fin de mantener el compromiso y cultura ambiental, la región capacitó a 1,925 colaboradores y 766 proveedores en temáticas relevantes relacionadas con el medio ambiente. Además, a través de acciones en la comunidad se recolectaron 127 toneladas de neumáticos de desecho, y se plantaron 600 árboles en México.

Es, sin duda, que 2016 significó la consolidación de importantes logros para Bridgestone Latinoamérica Norte BS-LAN, así como la preparación del equipo para continuar desarrollando estrategias de negocio que nos llevarán a alcanzar los retos planteados en nuestra Visión 2021.

Estoy seguro que con el trabajo diario de todos quienes integramos esta región, continuaremos superando los objetivos trazados, a su vez que mantendremos nuestro liderazgo como una de las regiones más sostenibles del grupo a nivel global.

Los invito a leer este informe, a través del cual, no solo encontrarán los resultados alcanzados durante 2016, sino todas aquellas acciones que se desarrollaron en cada uno de los países que conforman nuestra región, y las cuales buscan crear comunidades más seguras, saludables y sostenibles.

Cordialmente,

Alfonso Zendejas

Presidente

Bridgestone Latinoamérica Norte, BS-LAN





Bridgestone es una empresa comprometida con la calidad superior, no solo en sus productos y procesos, sino también en sus actividades corporativas y políticas internas de interacción y respuesta a sus grupos de interés, aspectos que están alineados a La Esencia Bridgestone, filosofía estipulada desde el corporativo en Japón.

Perfil de la empresa

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

Los Fundamentos, se refieren a los principios y valores que todos los asociados aportan a su trabajo.

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]

BRIDGESTONE

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 la 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.

Para más información consulte:
<http://www.bridgestone.com/corporate/philosophy/index.html>
<http://www.bridgestone.com/responsibilities/library/pdf/sr2016.pdf>

Bridgestone en cifras globales



Capital:
¥ 126,354 millones (JPY)



Sedes:
1 sede corporativa en Japón y
3 sedes regionales:
 • América
 • Europa, Medio Oriente y África
 • China, Asia y Oceanía



Empleados:
 • Directos: **143,616**
 • Indirectos: **13,617**

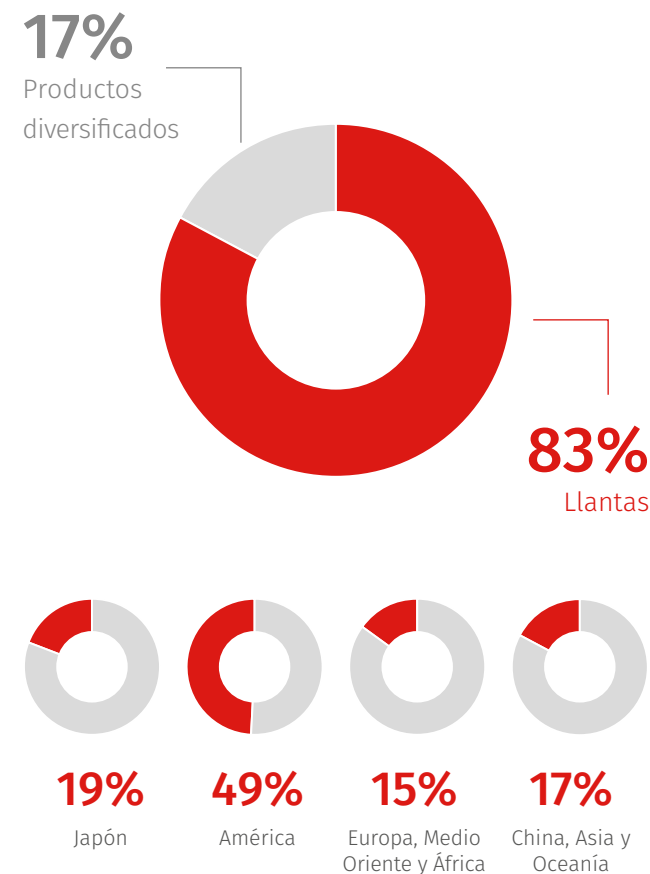


Presencia:
26 países
 • Sus productos se comercializan en más de **150 países**.



Ventas:
¥ 3,337 millones (JPY)

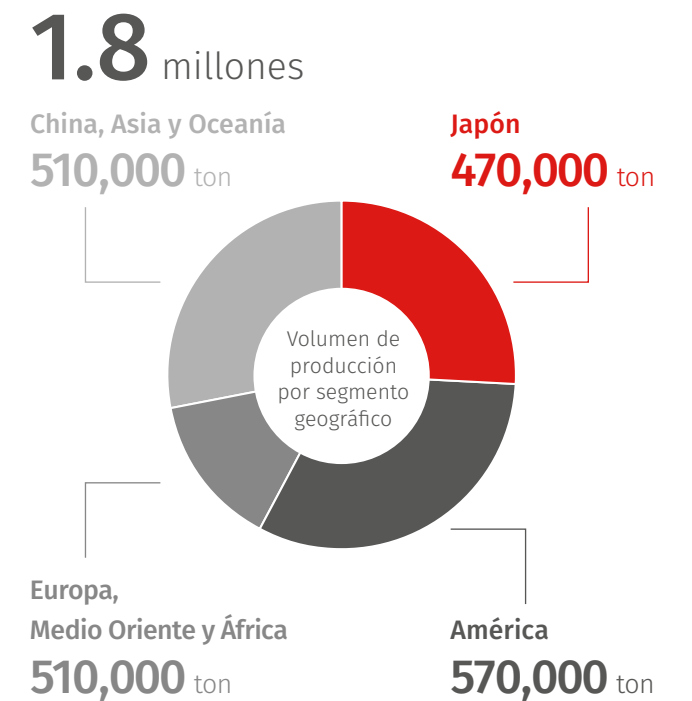
Ventas por segmento de negocio y mercado:



Plantas:
169 (Plantas al 01 de abril de 2017)

- 50 plantas de **producción de neumáticos**
- 29 plantas para **renovado de neumáticos**
- 18 plantas de **materia prima**
- 72 plantas de **producción de productos diversificados**.

Producción de llantas (ton):





Cifras regionales Bridgestone Latinoamérica Norte BS-LAN



Sede corporativa
Ciudad de México, México.



Puntos de venta
853



Plantas
2 Producción de neumáticos

- Cuernavaca, Morelos, México.
- Belén, Heredia, Costa Rica.



Total de empleados
2,479

1

Renovado de neumáticos

- León, Guanajuato, México.



Horas de voluntariado y total de participantes

• **4,086** horas.

• **1,040** voluntarios.



Producción por día
29,450 neumáticos.



Producción total
9,527,431 neumáticos.



Horas de capacitación
102,160 horas.



Bridgestone global

Principales productos y servicios

Neumáticos

Ofrece una amplia gama de neumáticos para automóviles, camiones, autobuses, aeronaves, vehículos de construcción y minería, motocicletas, etc.

Productos químicos e industriales:

Materiales de aislamiento acústico y antivibración, productos de espuma de poliuretano, electro-materiales, productos de caucho industriales, materiales de construcción, cinturones, mangueras y otros.

Productos diversificados:

Un negocio bajo el paraguas de Bridgestone Americas Inc. que suministra materiales comerciales para techos y otros usos.

Productos diversificados

Artículos deportivos:

Pelotas de golf, palos de golf, ropa de golf, artículos para la práctica del tenis y otros.

Bicicletas:

Bicicletas y artículos para bicicletas.

Otros:

Finanzas y otros.

Soluciones de negocio

Bridgestone aprovecha los elementos potenciales más integradores del portafolio de la compañía, y trabaja en un nuevo paquete de servicios en "soluciones", combinando servicios de mantenimiento, tecnología de TI / sensores, neumáticos y productos diversificados para satisfacer las necesidades de los clientes.

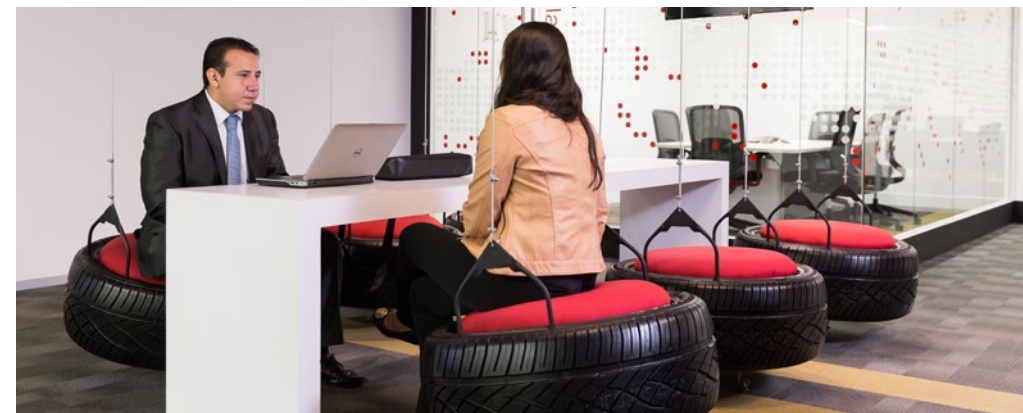


Código de Conducta

La integridad y la confianza son elementales para construir relaciones de valor dentro y fuera de la organización con todas las partes interesadas. Estos fundamentos permiten a Bridgestone lograr la sostenibilidad de negocio y diferenciarse de sus competidores en el mercado.

En alineación con este propósito, 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 se ejecuten

con integridad, apegándose en todo momento a los valores, políticas y reglamentos internos, así como al cumplimiento de cualquier marco legislativo aplicable a la operación de cada país. En el Código de Conducta se promueven lineamientos de respeto y tolerancia, anticorrupción, prevención de conflicto de intereses, seguridad y calidad del producto y la operación, competencia justa y antimonopolio, cuidado del medio ambiente, privacidad de datos personales, relación con los clientes y vinculación con la comunidad, entre otros.



Modelo de Negocio

El modelo de negocio de Bridgestone busca garantizar que la operación de la empresa genere valor a todos sus grupos de interés. Para lograrlo, parte de sus tres áreas prioritarias teniendo en cuenta el ciclo de vida del producto como marco de la sostenibilidad.

De esta manera, la generación de valor de la empresa cumple con la normatividad aplicable, impulsa la rentabilidad y la evidencia, al tiempo que reduce la huella ambiental y sirve a la sociedad con calidad superior.



1. Desarrollo e innovación

- Garantizar la calidad y seguridad en los neumáticos.
- Responder a las necesidades de las armadoras en tiempo y cumpliendo con las especificaciones técnicas.
- Desarrollar neumáticos ecológicos: Ecopia.
- Tecnología de renovado.
- Duplicar la vida útil del neumático por medio del renovado.



2. Materias primas

- Establecer procesos de compra basados en la Responsabilidad Social Corporativa.
- Sensibilización a proveedores en temas ambientales, éticos, de Derechos Humanos y prácticas laborales, entre otros.
- Desarrollar proveedores locales.



3. Fabricación

- Reducir el consumo de energía, usando combustibles menos contaminantes.
- Reducir consumo de agua.
- Reciclar y, en su caso, reutilizar el 100% de los materiales utilizados.
- Mantener la seguridad y la salud de los colaboradores.



4. Distribución y logística

- Reducir la huella de carbono.



5. Venta

- Proveer productos y servicios de calidad superior y mayor seguridad.
- Mantener canales de comunicación efectivos para contar con retroalimentación sobre los productos y servicios.
- Establecer prácticas comerciales y de competencia justa.



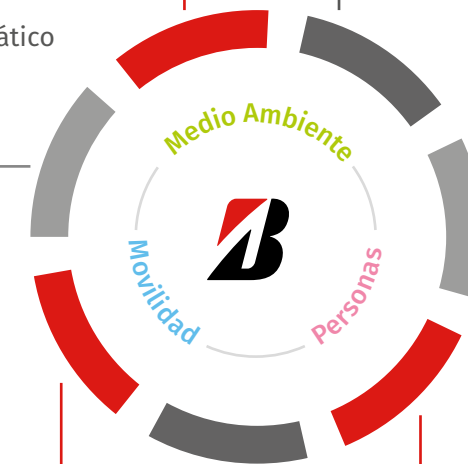
7. Gestión final

- Recuperación de neumáticos.
- Generar alianzas en el sector con el fin de contribuir y ser parte de la solución de neumáticos usados en ríos o en calles.



6. Utilización

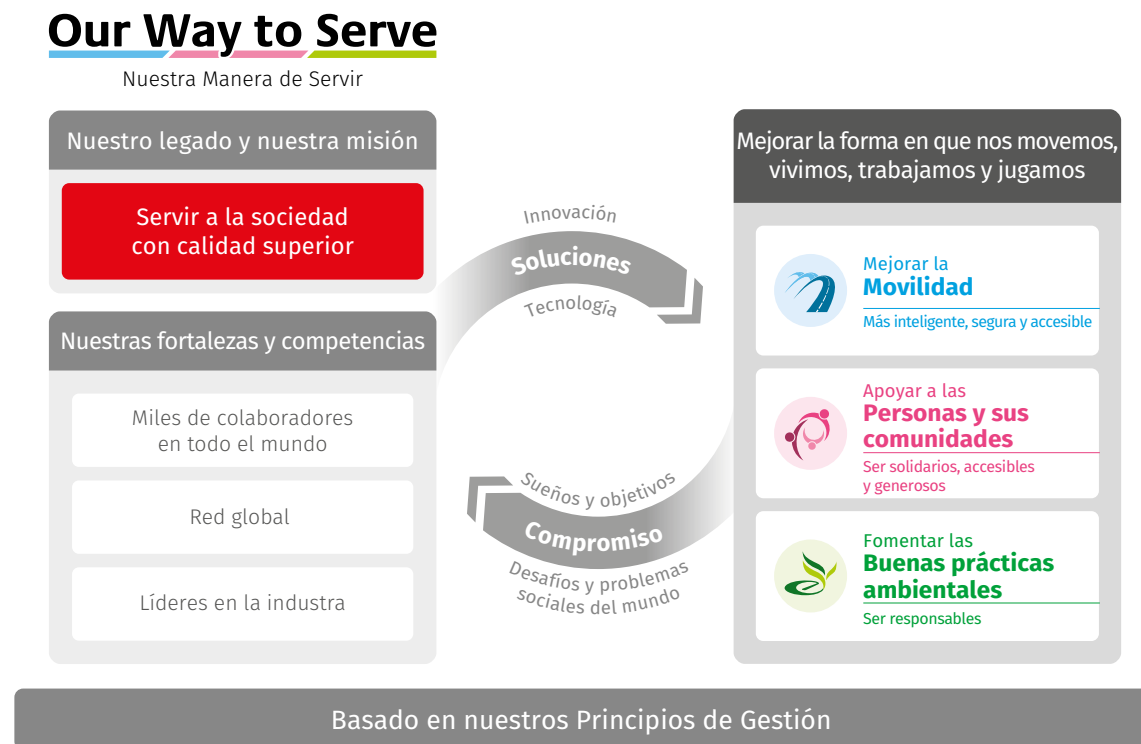
- Sensibilizar a la población mediante diversos programas:
 - » Campañas de Seguridad Vial.
 - » Voluntariado Corporativo.



Nuestra manera de servir

Desde sus orígenes, Bridgestone ha reconocido en la sostenibilidad una estrategia clave para enfrentar los retos globales que orientan a las empresas a hacer del mundo un mejor lugar para todos, no solo para sus grupos de interés. Es por ello que, en 2017, el corporativo reestructura y lanza su nueva visión que ha denominado “Nuestra Manera de Servir”.

Este compromiso renovado se ha desarrollado y perfeccionando a partir de las lecciones aprendidas, en los últimos 10 años, del programa inicial de RSE de la empresa: los 22 puntos clave de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de Bridgestone, siguiendo el reflejo de su filosofía de “Servir a la Sociedad con Calidad Superior”.



VISIÓN: “Como entendemos que servir a la sociedad con calidad superior es nuestro legado y nuestra misión, y como aceptamos la responsabilidad que tenemos con las generaciones futuras por ser líder global en nuestras industrias, Bridgestone y sus colaboradores en todo el mundo utilizan la innovación y la tecnología para mejorar la forma en que nos movemos, vivimos, trabajamos y jugamos”.

Our Way to Serve

Nuestra Manera de Servir

Basada en la Esencia Bridgestone, misión y legado, “Nuestra Manera de Servir” se alinea a la manera de hacer negocios de la compañía y organiza los esfuerzos de Responsabilidad Social Empresarial en función de tres Áreas Prioritarias (AP):



Movilidad:

Ofrecer una movilidad más simple, segura, accesible e integrada mediante tecnología innovadora.

- **Movilidad accesible.** Poner la movilidad simplificada e integrada al alcance de todos.
- **Movilidad inteligente.** Utilizar tecnologías para mejorar la forma en que nos movemos.
- **Transporte seguro.** Utilizar tecnologías únicas para brindar movilidad más segura.



Medio Ambiente:

Trabajar continuamente para lograr una sociedad sostenible.

- **Vivir en armonía con la naturaleza.** Fomentar la biodiversidad mejorando los hábitats naturales, mediante la educación e investigación en materia de medio ambiente.
- **Valorar los recursos naturales.** Contribuir continuamente a la conservación de recursos naturales mediante mejoras operativas y la optimización del diseño de los productos.
- **Reducir las emisiones de CO₂.** Reducir continuamente las emisiones de los gases de efecto invernadero, entre ellos el CO₂, del ciclo de vida completo de nuestros productos.



Personas:

Contribuir a resolver problemas de salud, seguridad y educación en las comunidades.

- **Contribuir a una sociedad más segura.** Crear comunidades más seguras mediante servicios, productos e iniciativas individuales y empresariales.
- **Educación inclusiva y accesible.** Expandir las oportunidades educativas y de capacitación para desarrollar habilidades básicas para desempeñarse en la vida personal y profesional.





Además de enfocarse en estas Áreas Prioritarias, Bridgestone sigue trabajando para cumplir con las expectativas básicas de cualquier compañía responsable. Estos son los Principios de Gestión (PG), que ha clasificado en seis áreas principales, asumiendo un compromiso de liderazgo en cada una de ellas:

- 1. Cumplimiento regulatorio y competencia justa:** La compañía construye una relación de confianza con todas las partes interesadas, asegurando que la toma de decisiones éticas fomente prácticas de negocio responsables en todas las operaciones.
- 2. Continuidad del negocio y gestión de riesgos:** La compañía anticipa, previene y mitiga los riesgos, pero cuando surge una crisis, protege a las personas, la propiedad y las ganancias.
- 3. Derechos Humanos y prácticas laborales:** Bridgestone promueve una cultura inclusiva en todas sus entidades e instalaciones y aplica prácticas laborales éticas. Construye la confianza con sus colaboradores y respeta la diversidad y los derechos humanos fundamentales.
- 4. Seguridad e higiene industrial:** En Bridgestone, la seguridad representa valor de negocios. Crear un entorno de trabajo seguro es responsabilidad de todos.
- 5. Compras:** La compañía se compromete a crear valor y trabajar continuamente para desarrollar una sociedad sostenible con el fin de obtener beneficios económicos, sociales y ambientales, implementando los siguientes principios en toda la cadena de suministro:
 - » Transparencia
 - » Cumplimiento regulatorio
 - » Innovación y calidad, costo y entrega
 - » Prácticas de compra sustentables
- 6. Calidad y valor para el cliente:** Bridgestone crea, junto con todas sus entidades y partes interesadas, un marco global para identificar, priorizar y resolver proactivamente problemas de calidad de los clientes conforme a las intenciones de su fundador de: "Servir a la Sociedad con Calidad Superior".

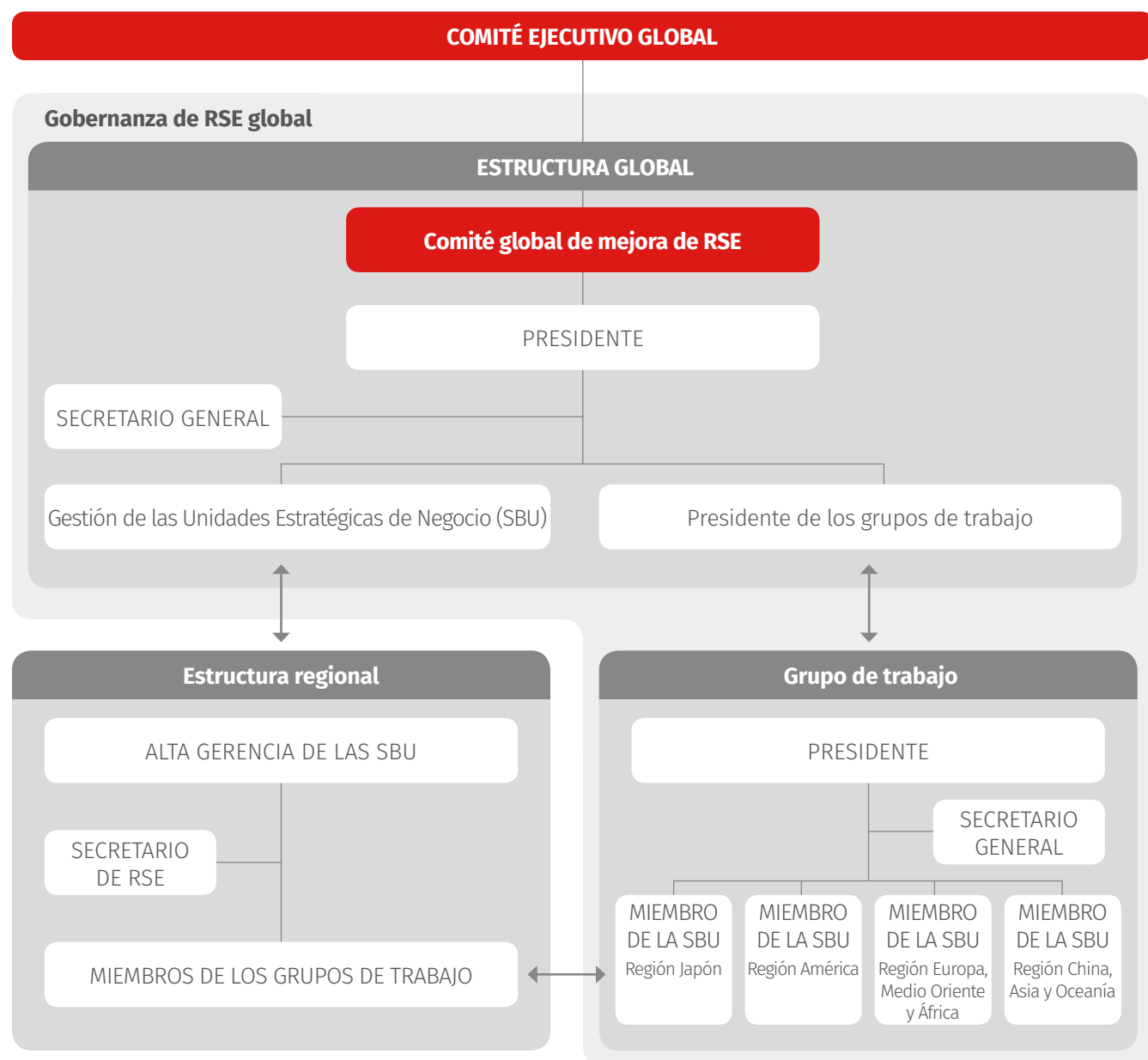
Las **Áreas Prioritarias** (AP) y los **Principios de Gestión** (PG) de **“Nuestra Manera de Servir”** conforman el **modelo de sostenibilidad**, la representación gráfica de cómo se entiende y gestiona la sostenibilidad en Bridgestone.



Gestión de la Sostenibilidad

Se ha consolidado un sistema global para el manejo de la sostenibilidad a nivel corporativo, el cual es liderado por un Comité Ejecutivo Global de Bridgestone. Su función es revisar y aprobar las estrategias que debe desarrollar e implementar el Comité Global de Mejora de Responsabilidad Social Empresarial (Sostenibilidad).

El Comité Global está integrado por los miembros de las Unidades Estratégicas de Negocio (SBU) y grupos de trabajo, que tienen el objetivo de definir las temáticas tanto globales como regionales en los planes de sostenibilidad de la operación de cada región/país.



Asuntos materiales

Durante 2017, Bridgestone Latinoamérica Norte (BS-LAN) realizó un estudio de materialidad, con los siguientes objetivos:

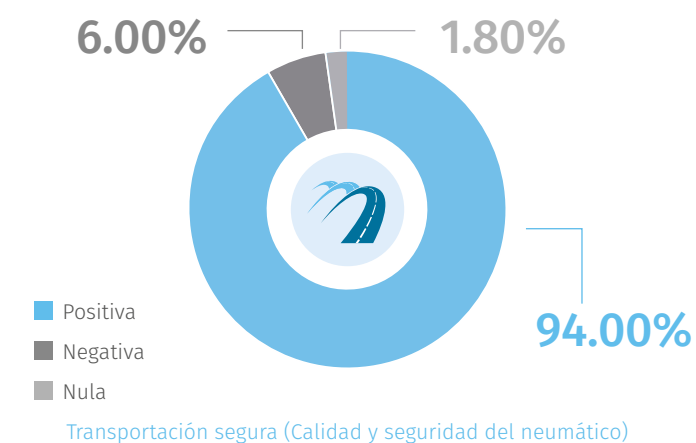
- Identificar la percepción de sus grupos de interés sobre el desempeño sostenible de la empresa, en alineación a “Nuestra Manera de Servir” (de acuerdo a sus tres Áreas Prioritarias y seis Principios de Gestión).
- Priorizar las expectativas y/o necesidades de los grupos de interés por medio de un diálogo indirecto (encuesta), a fin de establecer los asuntos a reportar en este Informe de Sostenibilidad.

El estudio de materialidad se realizó en cumplimiento con la Guía GRI G4 y la norma INTE 35-01-01, única en Costa Rica. El estudio de materialidad se enfocó inicialmente en un acercamiento con los grupos de interés (internos y externos), a fin de reconocer sus expectativas y percepción frente a la sostenibilidad de Bridgestone. De esta manera, se identificaron temas importantes para el continuo desarrollo del plan regional de sostenibilidad de Bridgestone, buscando una alineación de los puntos prioritarios y conectados a los intereses de los grupos, con los objetivos del negocio.

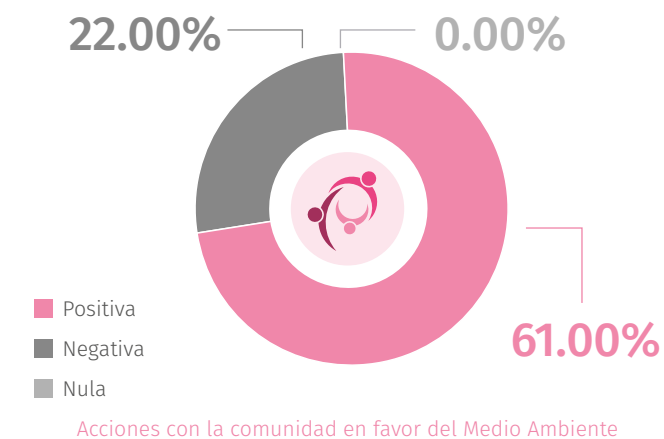
Colombia

Como resultado del estudio, en términos de percepción sobre desempeño y temática prioritaria a reportar por cada Área Prioritaria y Principio de Gestión, según los grupos de interés consultados, se concluyó que en Colombia se tiene una percepción positiva sobre la sostenibilidad de la empresa superior al 83% promedio. En las gráficas se puede observar el porcentaje de percepción positiva, negativa o neutral que los grupos de interés tienen respecto al desempeño de cada área prioritaria y principios de gestión de Bridgestone, así como el tema más relevante en cada uno de ellos.

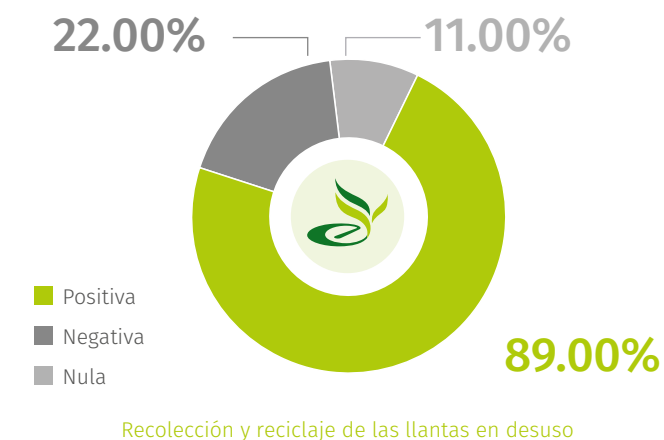
Movilidad



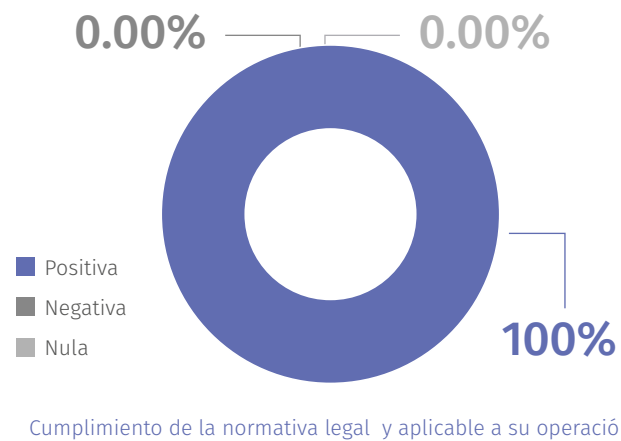
Personas



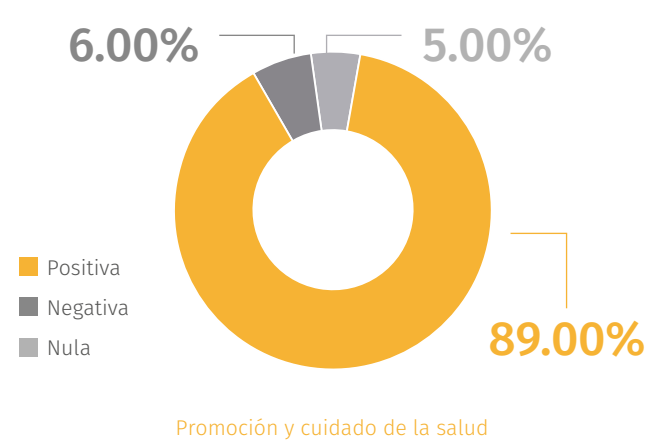
Medio Ambiente



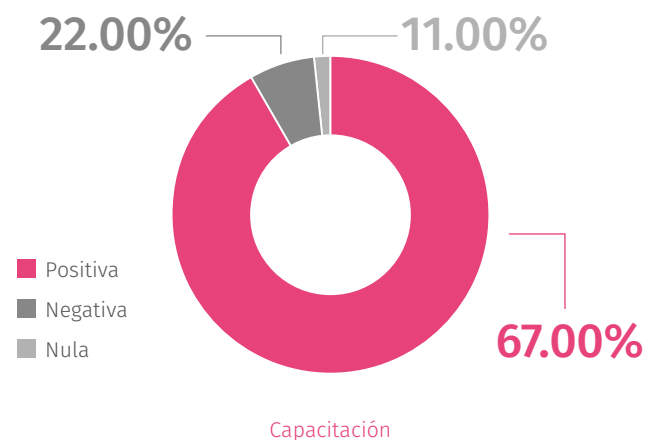
Cumplimiento Regulatorio y Competencia Justa



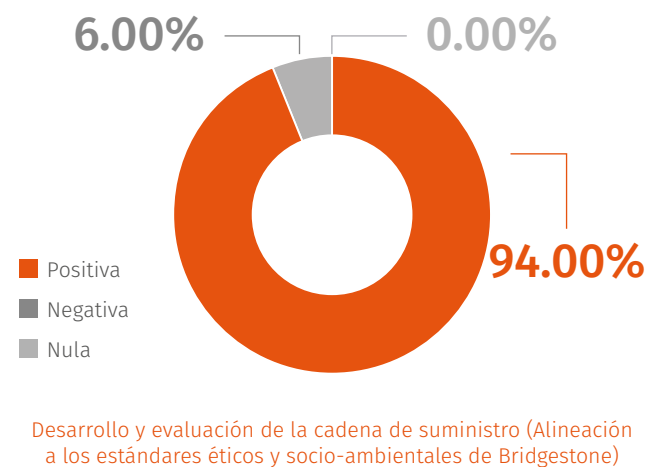
Seguridad e Higiene Industrial



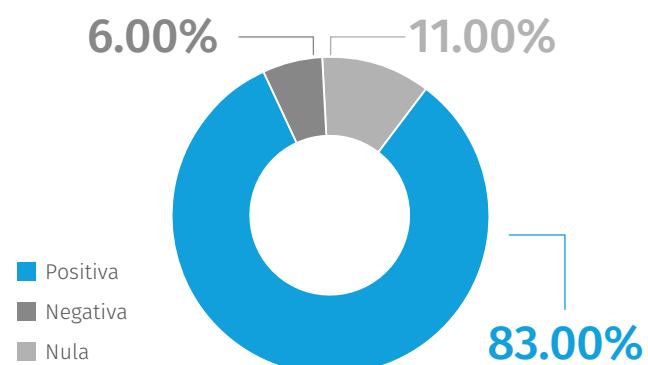
Derechos Humanos y Prácticas Laborales



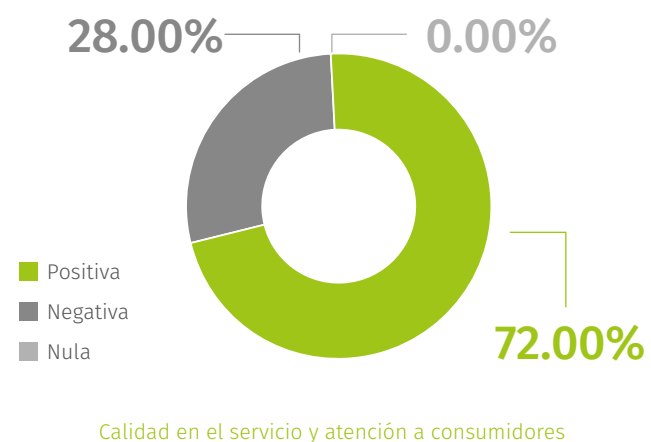
Compras



Continuidad del Negocio y Gestión de Riesgos

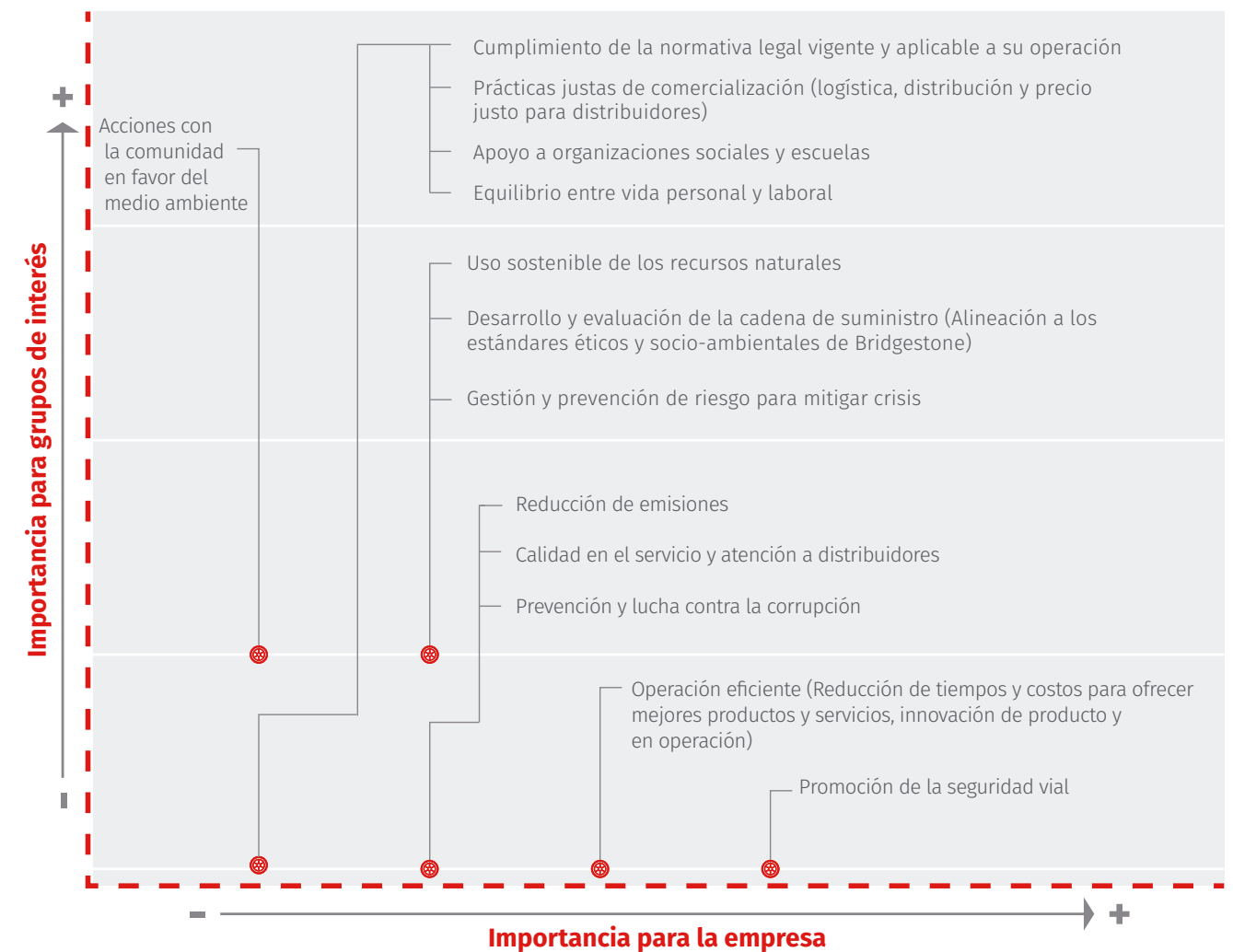


Calidad y Valor para el Cliente



Con respecto a los asuntos relevantes a reportar, además de tener en cuenta las prioridades de los grupos de interés (resultados de la encuesta), los asuntos determinados a nivel interno fueron ponderados por la importancia que cada área de trabajo otorgó para la gestión de la organización, el impacto que tienen dichos asuntos sobre las materias base de la responsabilidad social según la ISO 2600, y la relevancia que tuvo el tema en los medios de comunicación (monitoreo de noticias) durante 2016. Adicionalmente, se realizó un benchmark (análisis comparativo) de las mejores prácticas en sostenibilidad de las empresas competidoras de Bridgestone Colombia.

Los resultados se reflejan en la siguiente grafica de materialidad:



Estos asuntos materiales representan la convergencia entre los intereses más relevantes tanto para los grupos de interés como para la empresa. Al ser los más prioritarios para ambas partes, son aquellos asuntos hacia los cuales Bridgestone apunta sus estrategias de sostenibilidad.



Bridgestone Colombia coloca en el mercado 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 ubican en la ciudad de Bogotá, en donde laboran 29 colaboradores.

Bridgestone comercializa sus productos a través de una amplia red de distribuidores a través de sus 61 puntos de venta, siendo responsable del mercado de Ecuador y Colombia.

Bridgestone Colombia

Cifras relevantes



Sede corporativa y planta
Bogotá, Colombia.



Mercados atendidos (países)
Colombia y Ecuador.



Puntos de venta:

61



Valor económico:

- **Generado: 5.5%** del total de la región.
- **Distribuido: 3.6%** del total de la región.
- **Retenido: 7%** del total de la región.



Total de empleados: Edad promedio:

29 (60,72% Hombres y 39,28% Mujeres) **31 a 40** años



Horas promedio de capacitación por empleado:

31.5 horas.



Horas de voluntariado y total de participantes:

76 horas y **46** voluntarios.

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. Los productos 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

Además de ofrecer servicios dentro de su territorio, Bridgestone Colombia se dirige al mercado de Ecuador enfocados en los siguientes sectores: 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.











Continuo



Continuo o según necesidades

Grupo de interés	Expectativa	Respuesta	Canales de comunicación	Frecuencia de contacto	
 Armadoras (Equipo original)	<ul style="list-style-type: none"> Política comercial que permita el crecimiento de negocio Precio competitivos y calidad superior 	<ul style="list-style-type: none"> Reestructuración de la Política Comercial. Análisis MBP 	<ul style="list-style-type: none"> Reuniones 		
 Cientes	 Socios de Negocios (Distribuidores)	Ecuador <ul style="list-style-type: none"> Reposicionamiento de precios de llantas para automóvil, camioneta y camión Apoyo a nuevos centros de servicio Esquema 1b de importación Establecimiento de precios basados en desempeño y MBP Plan de capacitación Ofertas diferenciadoras Capacitación de auto ajustadores por punto de venta 	<ul style="list-style-type: none"> Reuniones con importadores Reuniones Mail y comunicación impresa 		
	 Consumidor	<ul style="list-style-type: none"> Atención a reclamos y garantías de manera ágil Comunicación sobre características y beneficios 	<ul style="list-style-type: none"> Centro de Atención al Cliente Campañas y patrocinios 	<ul style="list-style-type: none"> Línea de atención al cliente y redes sociales 	
	 Comunidad	<ul style="list-style-type: none"> Apoyos sociales 	<ul style="list-style-type: none"> Programa formal en Voluntariado Corporativo Estratégico Campaña Piensa Antes de Conducir 	<ul style="list-style-type: none"> Jornadas de voluntariado Campañas de difusión y conciencia en medio masivos Comunicación interna Reuniones 	
 Autoridades	<ul style="list-style-type: none"> Cumplimiento a la normatividad Generar alianzas para el desarrollo 	<ul style="list-style-type: none"> Atención a requerimientos y participación en asociaciones Programa Rueda Verde 	<ul style="list-style-type: none"> Reuniones Eventos - Correo electrónico - Vía telefónica 		

Grupo de interés	Expectativa	Respuesta	Canales de comunicación	Frecuencia de contacto
 Medios de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> • Información clara y veraz • Datos relevantes para sus publicaciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Atención y envío de información ante cualquier iniciativa o campaña • Boletines de prensa • Entrevistas 	<ul style="list-style-type: none"> • Correo electrónico y Vía telefónica • Vía telefónica o presencial 	
 Colaboradores	<ul style="list-style-type: none"> • Atracción y retención del talento • Planes de carrera • Formación y desarrollo profesional • Seguridad y salud laboral • Compensación y beneficios • Integración entre equipos de trabajo y objetivos de la empresa 	<ul style="list-style-type: none"> • Bridgestone Group Awards • Comunicación de competencias • Creación de una Cultura de Gestión del Talento • Semana de la salud • Prima vacacional, pensiones, auxilio en alimentación, descuentos en llantas y medicina pre-pagada • Actividades deportivas y celebraciones • Campaña de promoción de valores 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación interna (digital y física) • Reuniones • Cursos y reuniones • Eventos y capacitación • Comunicación interna 	
 Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> • Prácticas comerciales equitativas 	<ul style="list-style-type: none"> • Colaboración y establecimiento de políticas de acuerdo con los lineamientos corporativos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reuniones • Auditorías • Encuesta anual 	
 Asociaciones/Instituciones	<ul style="list-style-type: none"> • Financiamiento • Alianzas para promover del desarrollo social 	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyos económicos (donativos) • Alianzas en programas de impacto social y comunitario 	<ul style="list-style-type: none"> • Reuniones • Eventos - Correo electrónico - Vía telefónica 	



Premios y certificaciones

Reconocimiento

Empresa Socialmente Responsable

Quién lo otorga

FENALCO Solidario, de la Federación Nacional de Comerciantes.

Carbono Neutral

Acción Verde, organización especializada en proyectos forestales

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.





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.

Gobierno **corporativo**

Regional

Bridgestone Latinoamérica Norte BS-LAN

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, el Caribe, Colombia y 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 el back office, que brinda soporte a la nueva organización para alcanzar los objetivos en cada uno de los departamentos.





Áreas prioritarias



Movilidad, Personas y Medio Ambiente se han consolidado como las tres Áreas Prioritarias para la sostenibilidad de la empresa, bajo las cuales se establecen y gestionan las principales acciones con las que Bridgestone sustenta su misión de “Nuestra Manera de Servir”.



Movilidad

38



Personas

40



Medio ambiente

46



Acelerar las innovaciones en movilidad sostenible mediante soluciones y tecnologías avanzadas.

Ofrecer una movilidad más simple, segura, accesible e integrada mediante tecnología innovadora.



Movilidad accesible

Poner al alcance de todos la movilidad simplificada e integrada.



Movilidad inteligente

Utilizar tecnologías para mejorar la forma en que se mueve la gente.

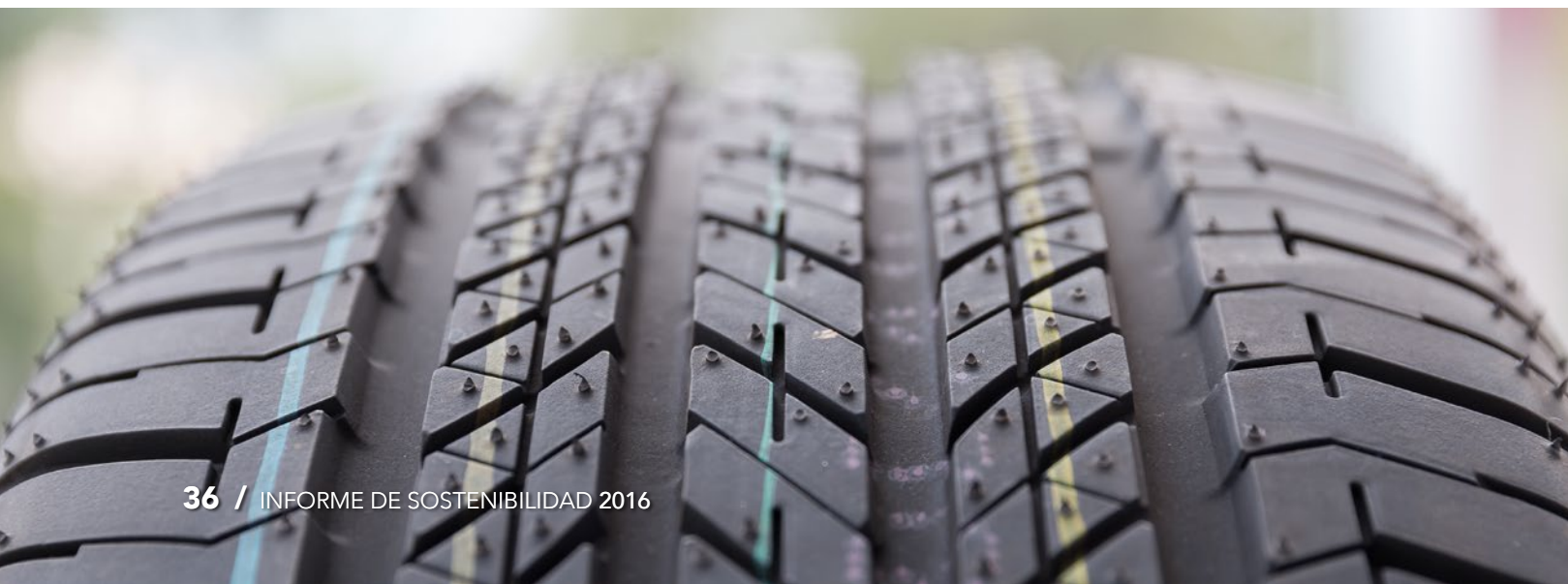


Transporte seguro

Utilizar tecnologías únicas para brindar una movilidad más segura.



Movilidad





Personas



Emplear las fortalezas de la empresa para contribuir al bienestar de las comunidades a las que sirve y mejorar la forma en que éstas viven, aprenden y trabajan.

Contribuir a resolver problemas de salud, seguridad y educación en las comunidades a las que sirve la empresa.



Contribuir a una sociedad más segura

Crear comunidades más seguras mediante servicios, productos e iniciativas individuales y empresariales.



Educación inclusiva y accesible

Expandir las oportunidades educativas y de capacitación que favorezcan el desarrollo de habilidades básicas para mejorar el desempeño en la vida personal y profesional.



Promover comunidades más saludables

Aumentar el acceso a los recursos que necesitan las personas para llevar vidas más saludables.



Donativos

Embajada de Ecuador en Costa Rica

- 55 kg de víveres

Fundación Pintando Cambios

- 32 regalos navideños
- 32 despensas



Navidad Bridgestone

152 beneficiados



Bridgestone Colombia desarrolla diversas actividades sociales con el apoyo de su voluntariado con la finalidad de generar oportunidades de desarrollo e inclusión para la comunidad. Con ello, la organización y los colaboradores tienen la oportunidad de contribuir a la resolución de problemas concretos y trascender de manera positiva en su entorno.

El programa de voluntariado corporativo en Bridgestone está enfocado en cuatro clasificaciones:

- **Voluntariado Asistencial (campanías).** Canaliza ayuda filantrópica a las comunidades, generando recursos y recaudación de fondos. En este nivel se encuentran los donativos de apoyo brindados en situaciones de emergencia.
- **Voluntariado en Eventos.** Está dirigido a grupos de voluntarios que logran un impacto a través de la implementación o mantenimiento de infraestructura y donaciones complementarias asociadas.

En 2016 se realizó una **encuesta de voluntariado** para la región de **Bridgestone Latinoamérica Norte BS-LAN**, la cual dio como resultado que el **89%** de nuestros **colaboradores voluntarios califican positivamente las acciones de voluntariado** de la compañía, y el **98%** manifestó que **sería voluntario de nuevo**.

- **Voluntariado Basado en Habilidades.** Incluye proyectos ejecutados por empresas o algunas organizaciones no gubernamentales (ONG), con las que se busca la participación del voluntario en la transferencia de capacidades, habilidades y destrezas hacia los beneficiarios.
- **Voluntariado Emprendedor.** Promueve el liderazgo y emprendimiento en los colaboradores. Se espera un involucramiento a mediano plazo, a través de la ejecución de proyectos propios que identifica y ejecuta el voluntario con la asesoría del programa, y la alineación con objetivos mayores mediante propuestas a ejecutar.

En 2016 el número de voluntarios sumó 46 personas y el total de horas de voluntariado alcanzó 76, dando como resultado un impacto positivo en 120 beneficiados.

Sin importar su clasificación, los programas de voluntariado en Bridgestone Colombia están alineados en las tres Áreas Prioritarias: **Movilidad, Personas y Medio Ambiente**.

Movilidad

Piensa Antes de Conducir

Es una de las principales campañas que promueve Bridgestone. Las jornadas de revisión gratuita de la presión inflado y desgaste de neumáticos se llevan a cabo en hipermercados, centros comerciales o centros de servicio de mayor afluencia vehicular.

Durante 2016, se realizaron 8 jornadas de Piensa Antes de Conducir, cuatro durante las vacaciones de Semana Santa y cuatro más en la temporada vacacional de Fin de Año, llevando a cabo 350 revisiones e impactando a más de 1.200 personas.



1.200 beneficiados.

Personas

Navidad Bridgestone

Los voluntarios de Bridgestone Colombia realizaron una Fiesta Navideña donde repartieron 32 regalos navideños y 32 despensas a 152 beneficiados.



32 regalos repartidos,
32 despensas entregadas a
152 beneficiarios.





Ayudar a garantizar un medio ambiente sano para las generaciones actuales y futuras.

Trabajar continuamente para lograr una sociedad sustentable.



Vivir en armonía con la naturaleza

Fomentar la biodiversidad mejorando los hábitats naturales y mediante la educación e investigación en materia de medio ambiente.



Valorar los recursos naturales

Contribuir continuamente a la conservación de recursos naturales mediante mejoras operativas y la optimización del diseño de los productos.



Reducir las emisiones de CO_{2e}

Reducir continuamente del ciclo de vida completo de nuestros productos las emisiones de los gases de efecto invernadero, entre ellos el CO₂.



Medio ambiente



Edificio con Certificación LEED plata

Este edificio cuenta con:

- Cubierta verde
- Ventilación cruzada
- Cortasoles
- Vidrios con coeficientes de refracción solar

Por medio de su Misión Ambiental, misma que sirve como base para esta área prioritaria, Bridgestone declara las aspiraciones de la compañía a largo plazo, incorporando la forma en que todos los aspectos del negocio deben contribuir a la conservación y cuidado del medio ambiente.

Edificio con certificación LEED

Bridgestone Colombia opera desde la Torre Argos, en la ciudad de Bogotá. Este edificio ha obtenido 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 y de cemento, así como disminución de emisiones de CO₂e. 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 también como filtro a la recolección de agua de lluvia para su tratamiento y reutilización. En la cubierta conviven dos tipos de plantas: las nativas, que consumen poca energía, y las plantas CAM, que generan fotosíntesis nocturna, además de consumir poca energía y poca agua.

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.

Operaciones, Comunicación Ambiental, Actividades Comunitarias, Productos y Servicios.

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

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

BRIDGESTONE

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 los neumáticos usados, a través de su aprovechamiento y/o valorización.

Bridgestone Colombia dispone de sus neumáticos, que no fueron vendidos, a través del programa de Rueda Verde. La meta del programa es llegar a aumentar un 5% anual hasta alcanzar un total del 65% de neumáticos recopilados y desechados correctamente.

En 2016, Bridgestone Colombia contribuyó con el 7.4% del 5% anual del programa. Esto lo realizó a través de la disposición de neumáticos no vendidos de 2013 y 2014.

Carbono Neutro

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 CO₂e emitidas en 2015 y la compañía logró convertirse en Carbono Neutro, mediante el certificado expedido en 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.

86,37 tCO₂e

fueron compensadas



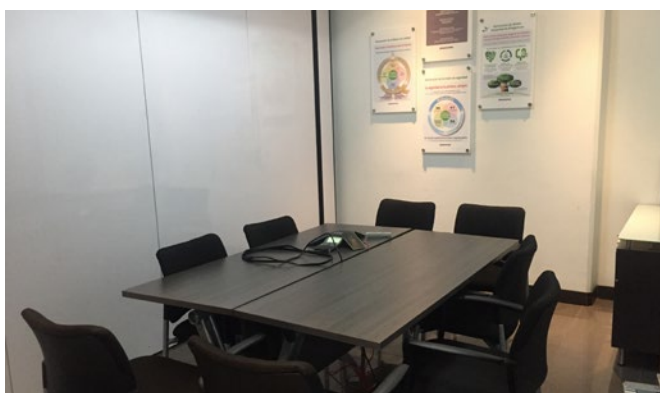
375 árboles nativos sembrados

Eficiencia ambiental

Bridgestone Colombia cuenta con acciones de eficiencia ambiental que apoyan el aprovechamiento óptimo de recursos. Un ejemplo de esto fue el cambio de equipos de cómputo obsoletos por equipos más nuevos de menor consumo energético. Los equipos desechados fueron donados y/o vendidos a instituciones.

En cuestión de consumo de energía eléctrica, todos los focos son libres de mercurio y son ahorradores de energía. Se realizaron cambios de switches para evitar encender todos cuando no sea necesario.

En consumo de papel, se presentó una reducción resultante de nuevas técnicas de distribución de centros de costos. Se reubicaron impresoras y se cuenta con un reporte de impresiones, todo esto a fin de digitalizar los procesos y evitar impresiones innecesarias.





Principios de **gestión**



Junto con las Áreas Prioritarias, Bridgestone trabaja para cumplir con las expectativas básicas de cualquier compañía responsable. El compromiso de liderazgo que asume la empresa se clasifica en seis Principios de Gestión*:

Cumplimiento regulatorio y competencia justa	46
Continuidad del negocio y gestión de riesgos	52
Derechos humanos y prácticas laborales	56
Compras	64
Calidad y valor para el cliente	68

* El principio de gestión de Salud e Higiene Industrial no aplica ya 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. En 2016 no se registraron lesiones, víctimas mortales o días perdidos por enfermedades vinculadas con su ejercicio profesional.

Asegurar la excelencia mediante el cumplimiento regulatorio y la integridad.

La empresa construye una relación de confianza con todas las partes interesadas asegurando que la toma de decisiones éticas fomente prácticas de negocio responsables en todas las operaciones.

Cumplimiento regulatorio y competencia justa

Ética

Bridgestone Colombia alinea toda su actividad a los más altos estándares éticos, garantiza el cumplimiento de la normatividad aplicable nacional e internacional y fomenta buenas prácticas de competencia y operación.

Comité de Ética

En 2016, Bridgestone Colombia instauró un Comité de Ética que tiene como función principal la atención de todas las dudas e inquietudes que surjan con respecto a cualquier incumplimiento, o interpretación de los lineamientos establecidos en políticas o procedimientos internos. Durante 2016, el Comité estuvo integrado por cuatro miembros que participaron en dos sesiones.

Código de Conducta

Los lineamientos para lograr un ambiente de trabajo en el que se fomente el respeto y la tolerancia se encuentran en el Código de Conducta. La empresa se guía por el Código de Conducta de Bridgestone Americas Compliance (BACC) que contiene los temas prioritarios sobre esta materia.



El Comité de Ética, que tiene como función principal la atención de todo lo relacionado con entendimientos de los lineamientos éticos de la empresa, está **integrado por ocho miembros** que participaron en **cinco sesiones durante 2016**.



100% de los colaboradores recibieron **capacitación en el Código de Conducta**.

Durante el último año se entregaron folletos informativos concernientes a temas del Código de Conducta a toda la población de planta. Además, se consolidó el Programa de Ética 2015-2016 con el que se trabajó un plan de comunicación para refrescar los conocimientos de los colaboradores y proveedores en aspectos relacionados con la ética, la integridad y la transparencia.

En 2016, también fue posible hacer una cobertura de capacitación ética para proveedores de servicios, así como para asesores técnicos comerciales (de Centroamérica y el Caribe). En noviembre se llevó a cabo la Semana de la Ética, a fin de reforzar los conocimientos y la preparación de los colaboradores en temas relevantes como el Código de Conducta y los mecanismos de denuncia.

Otra herramienta utilizada para hacer mayor énfasis en este tema fueron las Cápsulas Informativas de Ética. Adicionalmente, se contó con la incorporación de una declaratoria de cumplimiento de normativas por parte de los líderes de la empresa (gerencias y jefaturas).

Capacitación en Código de Conducta

El compromiso de Bridgestone Colombia durante 2016 fue capacitar a todos los colaboradores en los temas concernientes al Código de Conducta.

El 100% de los colaboradores cumplió con esta capacitación sobre aspectos tales como los derechos y responsabilidades propios y de los compañeros de trabajo.

Además, cada nuevo colaborador recibió la instrucción pertinente al cumplir con su proceso de inducción.

Mecanismos de denuncia

Para Bridgestone es indispensable dar a los colaboradores la oportunidad de denunciar cualquier problema o incumplimiento relacionado con el Código de Conducta. Esto se ha logrado a través del establecimiento de canales de comunicación.

Las denuncias son totalmente confidenciales y por medio de estos canales no solo se pueden reportar casos, sino también atender las inquietudes sobre dilemas éticos. Además, se pueden contestar dudas con respecto a los lineamientos que aseguran el cumplimiento de las políticas corporativas.

Los colaboradores cuentan con los siguientes mecanismos de denuncia:

- Comunicación directa con el jefe o con el área de Recursos Humanos
- Línea telefónica 01 800 915 5860

Lucha contra la corrupción

En otro rubro de cumplimiento regulatorio, Bridgestone Colombia trabaja para evitar la corrupción y los conflictos de intereses en distintos niveles. Durante 2016, el 100% de los colaboradores fueron capacitados para contar con bases más sólidas en el momento de actuar ante este tipo de situaciones.

En el año 2016 no se contó con ningún caso confirmado de corrupción; tampoco se presentó ninguna multa por incumplimientos a legislaciones o normativas.

Marketing Responsable

Bridgestone Colombia considera de gran importancia difundir campañas promocionales que cumplan con los estándares más altos de calidad.

Bridgestone trabaja para evaluar su publicidad y sus promociones a fin de garantizar el cumplimiento de los lineamientos de la legislación aplicable, así como el enfoque ético desde el punto de vista mercadológico. De esta manera, Bridgestone asegura a sus clientes que los productos cuentan con la misma calidad que se observa en cualquiera de sus campañas publicitarias.

La determinación de precios está amparada por la normativa legal aplicable a la operación.

Protección de datos personales

Los datos personales, tanto de los colaboradores de la empresa como de aquellos que aspiran a las vacantes establecidas, son protegidos por Bridgestone Colombia a través de su Aviso de Privacidad. Por medio de este aviso se especifican los lineamientos para el tratamiento y la seguridad de la información personal que posee la compañía. En Colombia se cumplió con el sistema de Protección de Datos establecido por el Gobierno Nacional.

Redes sociales

Para Bridgestone Colombia es indispensable estar en conexión con sus consumidores y grupos de interés. El espacio virtual permite difundir información relevante para estos grupos y facilita el diálogo y el intercambio de opiniones de manera directa.

A través de las redes sociales, Bridgestone tiene la oportunidad de indagar más sobre lo que el cliente quiere y necesita, así como sobre su percepción de la marca. Durante 2016, Bridgestone buscó generar ese puente de comunicación con sus clientes, logrando tener contacto con 51.020 seguidores en Facebook.



51.020 seguidores en
Facebook

Facebook Bridgestone Colombia:
<https://www.facebook.com/bridgestoneColombia/>



Participación en asociaciones y atención a autoridades

Bridgestone Colombia impulsa la libre competencia y el sano desarrollo de la industria en el país al participar en eventos e iniciativas que promueven estos objetivos. Para ello es también de suma importancia desarrollar alianzas y colaboraciones que permitan contribuir de manera más eficiente y certera.

Con este propósito, durante 2016 la empresa mantuvo su alianza con:

- Asociación Nacional de Empresarios Colombianos (ANDI)
- Consejo de Empresas Americanas (CEA)
- Cámara de Comercio Colombo Americana (AMCHAM)
- Asociación Nacional de Reencauchadores de Colombia (ANRE)
- Federación Nacional de Comerciantes (FENALCO)
- Corporación Posconsumo (Rueda Verde)

Además, en 2016 Bridgestone Colombia participó en las negociaciones instauradas a nivel de los organismos correspondientes para discutir las barreras no arancelarias en Ecuador y así probar su cumplimiento.

Se participó activamente en los foros y negociaciones de las reglamentaciones técnicas para llantas, buscando garantizar la calidad de los neumáticos que ingresan al mercado y se colaboró de manera activa en la promulgación de la medida Antidumping en Colombia.

Colaboración de manera activa en la promulgación de la **medida Antidumping** en Colombia





Continuidad del negocio y gestión de riesgos

Prevenir y mitigar los riesgos operativos.

La empresa anticipa, previene y mitiga los riesgos, pero cuando surge una crisis protege a las personas, su propiedad y sus ganancias.

Programa Corporativo de Continuidad del Negocio y Gestión de Crisis

Bridgestone ha preparado un plan de respuesta ante situaciones críticas para las operaciones. Por ello, la región, Bridgestone Latinoamérica Norte (BS-LAN), cuenta con un Comité de Crisis cuyo objetivo es proveer las herramientas necesarias a quienes toman decisiones, a fin de que respondan de manera rápida, eficaz, efectiva y estructurada. El plan fue diseñado por el corporativo de Bridgestone Americas desde Estados Unidos para tener una cobertura amplia de 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.
- 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.



5 colaboradores fueron **capacitados** en **situación de crisis** y **continuidad del negocio**.



120 colaboradores y **68** miembros del personal externo recibieron **capacitación** en temas de **seguridad de la empresa**.



En 2016, se llevó a cabo el primer ejercicio de crisis desarrollado por Bridgestone Americas, siendo México la sede seleccionada para su realización. Durante este ejercicio se activaron los Comités de Crisis (CMT) de México y Nashville, así como los Comités de Emergencia (CE) en las plantas Cuernavaca y León. El ejercicio contó con la participación de ejecutivos de toda la región.

Adicionalmente, se contó con la recertificación de Bridgestone Costa Rica en BASC (Business Alliance for Secure Commerce), se mantuvieron las certificaciones en ISO 9001:2008 e ISO TS y se logró sin contratiempos la renovación en Bridgestone Colombia.

De igual manera se han establecido Comités de Emergencia en cada localidad de la región que, además de capacitar a sus miembros, han realizado ejercicios de simulación ante una crisis.

El Comité de Crisis de Bridgestone Latinoamérica Norte BS-LAN es un elemento vital para asegurar la continuidad del negocio durante un momento crítico. La particularidad de este comité radica en que hay asuntos que deben ser abordados por la organización corporativa, y otros en los que la región debe tener la autoridad y responsabilidad para actuar y comunicar.

Capacitación y planes de respuestas

A fin de contar con un programa de preparación y tener respuestas más firmes frente a situaciones críticas, Bridgestone Colombia capacita a sus colaboradores, contratistas y transportistas en temas de manejo de crisis y seguridad de la empresa.

En 2016, se capacitó a 5 colaboradores en el tema de situaciones de crisis y continuidad del negocio. En el área de seguridad de la empresa, recibieron capacitación 120 colaboradores y 68 miembros del personal externo (transportistas y contratistas).



Tipo	Número de personas capacitadas		Número de horas de capacitación	
	Personal interno (Colaboradores)	Personal externo (Contratistas, transportistas)	Número de horas de capacitación para personal interno	Número de horas de capacitación para personal externo
Seguridad	120	68	36 hrs	12 hr5
Manejo de crisis	5		4 hrs	





Derechos humanos y prácticas laborales



Fomentar el respeto por los derechos humanos fundamentales y las prácticas laborales responsables.

La empresa promueve una cultura inclusiva en todas sus entidades e instalaciones, aplica prácticas laborales éticas, construye la confianza con sus colaboradores y respeta la diversidad y los derechos humanos fundamentales.

Derechos Humanos

Bridgestone Colombia considera que el respeto a los Derechos Humanos es uno de los pilares para el éxito de la comunidad global. Para la compañía son un eje en el modelo de negocio, por lo que la empresa constantemente busca maneras para contribuir a esta causa con el mayor impacto.

La empresa cuenta con tres políticas, establecidas desde el corporativo, que le permiten asegurar el cumplimiento de los derechos humanos en su cadena de valor.

1. Código General de Conducta

Incluye un apartado sobre la Promoción del Respeto y Dignidad, en donde se estipula que los colaboradores del equipo de Bridgestone Americas son su recurso más valioso, y para alcanzar el éxito todos deben ser tratados con respeto y dignidad en todo momento. En ningún caso se tolera cualquier comportamiento que propicie un ambiente de trabajo intimidante, hostil u ofensivo.



40% de la **plantilla** laboral está conformada por **mujeres**.



730 horas de **capacitación** totales, **25 horas** por colaborador.



9 nuevas **contrataciones**.

2. Política de Prevención de Acoso, Discriminación y Represalias

El propósito de esta política es fomentar un lugar de trabajo libre de acoso, discriminación y represalias basado en las características de las personas, incluyendo: origen étnico y/o nacional, color de piel, discapacidad mental o física, edad, orientación sexual, género/sexo (incluyendo embarazo, parto, lactancia o condiciones médicas relacionadas), identidad y/o expresión de género, estado civil, condición de ciudadano y cualquier otra característica protegida por las leyes federales, estatales y locales.

3. Política de Derechos Humanos

Esta política prohíbe explícitamente la discriminación en todas las actividades corporativas de Bridgestone por condiciones como etnia, nacionalidad, sexo, edad, idioma, religión, credo, condición social, discapacidad o cualquier otro factor relacionado.

También prohíbe el acoso al dictar que ningún miembro de Bridgestone hablará o actuará de forma que denigre la dignidad individual de otra persona. Por último, esta política prohíbe el trabajo infantil en cualquier país en donde opera la corporación.

Además del conocimiento de estas políticas, durante 2016 los colaboradores de Bridgestone Colombia recibieron 57 horas de capacitación en temáticas relacionadas con Derechos Humanos, imprescindibles para su desempeño en el desarrollo de las operaciones.



Política de **Prevención de Acoso, Discriminación y Represalias.**

Diversidad e inclusión laboral

Bridgestone Colombia es una empresa comprometida con la diversidad en la fuerza de trabajo. La inclusión laboral de todos es clave, no solo en el desarrollo de Bridgestone, sino también en el de la sociedad.

Durante 2016, se continuó impulsando la igualdad de género en el ámbito laboral, contando con la contratación de 3 mujeres más que se integraron al equipo. A nivel Latinoamérica Norte, la contratación de mujeres aumentó en un 50% en comparación con 2015.



22% de las **nuevas contrataciones** fueron de **mujeres.**



Prácticas Laborales

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

Colaboradores

En 2016, la plantilla estuvo compuesta por 32 colaboradores, de la cual el 28,12% son mujeres y el 71,87% hombres (9 mujeres y 23 hombres). Se emplearon 3 mujeres y 7 hombres, siendo un total de nueve las nuevas contrataciones durante el año.

El porcentaje de rotación de personal fue de 0,44%.

 Hombres	Menores de 25 años	0
	Entre 25 y 30 años	5
	Entre 31 y 40 años	10
	Entre 41 y 50 años	6
	Más de 51 años	2
 Mujeres	Menores de 25 años	0
	Entre 25 y 30 años	3
	Entre 31 y 40 años	4
	Entre 41 y 50 años	2
	Más de 51 años	0

Capacitación

Desarrollar el talento del personal es imprescindible para que quienes integran Bridgestone Colombia puedan potencializar sus capacidades y habilidades. El reflejo de esta instrucción se da cada día a través de las contribuciones positivas de cada colaborador por medio de ideas, proyectos, calidad en el trabajo o creatividad para la innovación. Esta inversión genera a su vez un impacto positivo en el crecimiento de la organización.

Por ello, durante 2016 se capacitó a un total de 32 colaboradores, entre nivel directivo, gerentes, mandos intermedios y profesionales. Esto significó que el 100% de los colaboradores de Bridgestone Colombia recibió algún tipo de capacitación durante el año.

La suma de horas de capacitación alcanzó las 730 horas, promediando 25 horas por colaborador. La inversión total en capacitación fue de \$3.950 USD para Bridgestone Colombia. Entre las capacitaciones más relevantes estuvieron el Programa de Equipos de Alto Rendimiento y el Programa Conociendo Nuestro Producto.



100% de los colaboradores recibieron **capacitación.**



Evaluación del desempeño

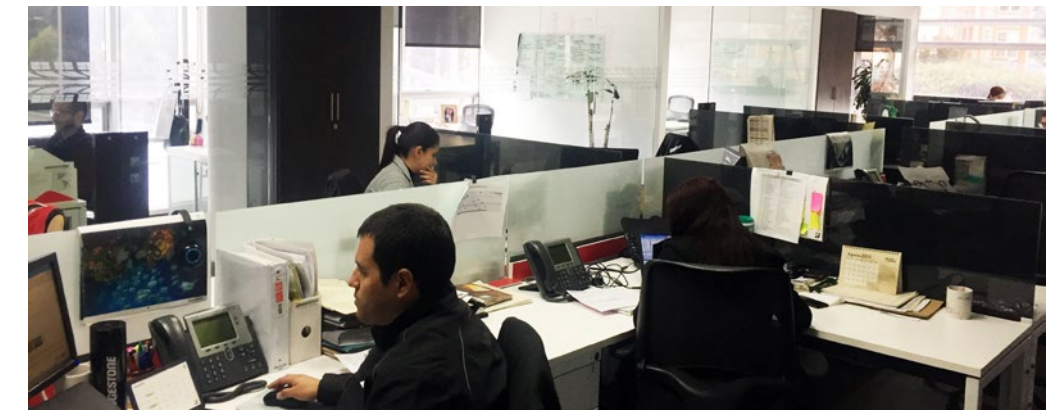
Para Bridgestone Colombia la retroalimentación continua a los colaboradores es fundamental para hacer posible la detección de áreas de mejora y de oportunidades para potenciar.

Todos los colaboradores de la organización cuentan con períodos regulares de evaluación del desempeño y de desarrollo profesional por categoría y sexo. Los períodos formales de evaluación del desempeño tienen lugar a mediados y a finales de cada año.

En Bridgestone Colombia se aplica el proceso Performance Management Appraisal (PMA) para evaluar el desempeño de los colaboradores. Durante 2016, 100% de los colaboradores recibieron esta evaluación. Los resultados señalan que 92% de la población tiene un desempeño sólido y 5% excede las expectativas de desempeño.



Categorías profesionales	Total de empleados 2016	Total de horas de capacitación 2016	Promedio de horas de capacitación 2016
Directores	1	34	34
Subdirectores, Gerentes o Representantes de área	3	88	29
Mandos Intermedios	3	64	21
Profesionales	25	544	22
Asistentes			
Total	32	730	106



Prestaciones

Bridgestone Colombia procura crear una atmósfera de certidumbre y estabilidad para colaboradores que enfrentan alguna situación de necesidad. De esta manera, aumenta la confianza entre ellos y la empresa, se garantiza la tranquilidad de todos y se procura un sentimiento de cohesión interna.

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)

De manera adicional, los colaboradores gozan de beneficios como medicina prepagada, descuentos en juegos de llantas, apoyo en alimentación y prima vacacional.



G4-LA9



19 horas de capacitación promedio para mujeres.

De los 32 colaboradores capacitados, el promedio de horas de capacitación para las mujeres fue de 19, mientras que para los hombres fue de 27.



Inversión en capacitación de **\$3.950** dólares.

	Total de empleados 2016	Total de horas de capacitación 2016	Promedio de horas de capacitación 2016
Hombres	23	576	27
Mujeres	9	154	17
Total	32	730	25



Hombres



Mujeres

Total **32** **730** **25**

Retención y desarrollo de talento

Durante el 2016, Bridgestone Colombia logró objetivos que lo llevaron a crear una Cultura de Gestión de Talento. Los colaboradores recibieron constante capacitación, entrenamiento y asesoría en los procesos ITMS de Recursos Humanos.

Convivencia laboral

Bridgestone Colombia realiza esfuerzos para propiciar la convivencia y la integración de sus colaboradores a fin de contar con un ambiente de trabajo más unido y de mayor confianza. A lo largo de 2016 se llevaron a cabo diversas actividades con este fin:

- Celebración de fechas especiales como el Día de la Mujer, el Día del Padre, el Día del Niño y el Día del Amor y la Amistad. En total fueron 6 actividades llevadas a cabo por el área de Bienestar.

- Día de Cumpleaños: A cada colaborador se le obsequia un día de cumpleaños dentro del mes en el que cumple años con el propósito de que pueda disfrutarlo con su familia.
- Integración de equipos de alto desempeño: Se llevaron a cabo 2 reuniones de integración para el equipo de Bridgestone Colombia, a fin de generar sinergia entre equipos regionales y locales.

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 su ejercicio profesional.



BRIDGESTONE.





Compras

Crear valor para la sociedad mediante prácticas de compra sostenibles.

Bridgestone está comprometido a crear valor y trabajar continuamente para desarrollar una sociedad sostenible con el fin de obtener beneficios económicos, sociales y ambientales implementando los siguientes principios en toda su cadena de suministro:

1. Transparencia
2. Cumplimiento regulatorio
3. Innovación y calidad, costo y entrega
4. Prácticas de compra sostenibles



Proveedores

Bridgestone Colombia practica y promueve el trato justo y equitativo en la búsqueda y contratación de sus proveedores. Estas acciones le permiten fomentar una competencia sana entre los mismos, sentando las bases para crear relaciones sólidas y duraderas.

En 2016, la empresa contó con un total de 2.187 proveedores provenientes de diversos países: Estados Unidos, México, Brasil, Costa Rica, Japón, Tailandia, España y Argentina.

Desde 2015 el área de Compras registró un cambio trascendental con la implementación de la estructura de Bridgestone Latinoamérica Norte, BS-LAN (México-Colombia-Costa Rica). Bajo esta nueva estructura de compras ahora se tiene mayor claridad en los procesos y en las operaciones.



100% de los **proveedores** de servicios cuentan con contratos que aseguran el cumplimiento de los **lineamientos de Bridgestone Colombia**.



2.187 proveedores

G4-12, G4-LA14, G4-LA15, G4-HR5, G4-HR6, G4-HR10, G4-HR11

Proceso de abastecimiento

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.

El 100% de los contratos con proveedores de servicios garantizan el cumplimiento de los requisitos señalados por Bridgestone Colombia

Evaluación y desarrollo de proveedores

Con sus evaluaciones, Bridgestone Colombia busca lograr un diagnóstico del conocimiento y la práctica de los conceptos de sostenibilidad de sus proveedores. Con ello se espera lograr una alineación de las prácticas de los proveedores con los principios que la empresa promueve y ejerce.

Esta alineación se busca por medio del incremento de las capacitaciones y talleres que se imparten a proveedores. Dentro de las capacitaciones se habla de mejoras en los criterios de sostenibilidad que la empresa aplica para la selección y evaluación de los mismos. Algunos de los criterios son la calidad, el desempeño y las garantías del producto o servicio ofrecido por el proveedor, la confiabilidad, la rapidez en la atención, la responsabilidad y el cumplimiento normativo.

Además de estos criterios, el comportamiento ético en el mercado es una prioridad en la selección y evaluación de proveedores para 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 en el producto o servicio.
- Confiabilidad, considerando aspectos como desempeño del servicio.
- Garantías.
- Atención oportuna a quejas y reclamos.
- Responsabilidad.
- Suministro de información reglamentaria.
- Comportamiento del mercado.
- Ventajas.
- Aspectos a mejorar.





Crear valor para el cliente y generar confianza.

Crear, de la mano con todas las entidades y partes interesadas de Bridgestone, un marco global para identificar, priorizar y resolver proactivamente problemas de calidad de los clientes conforme a las intenciones de nuestro fundador de: “Servir a la sociedad con calidad superior”.



Se abrieron

6 nuevas tiendas en 2016, pasando de 55 en 2015 a 61 este año.

Calidad y valor para el cliente



Valor económico:

El valor generado fue de
5.5% del total de la región

Se obtuvo un valor distribuido de
3.6% del total de la región

El valor retenido fue de
7% del total de la región



La inversión para la apertura de los
nuevos centros de distribución fue de
\$94.864 dólares.

Con base en su Misión de Calidad, Bridgestone se enfoca en mejorar sus procesos entregando productos y servicios de calidad superior en toda la cadena de valor. Mejora el desempeño y crea valor para el cliente, utilizando la innovación en todos los aspectos del negocio.



Promociones y nuevos productos

Bridgestone Colombia se esfuerza por favorecer a sus clientes a través de promociones significativas que sean de beneficio tanto para ellos como para la compañía. En 2016 se crearon dos promociones principales:

- Verano
- Navidad

Estas promociones le permiten al cliente ahorrar en épocas de mayor gasto, que por lo general son días feriados o vacaciones y aprovechar los productos de la empresa a un mejor precio.

Además, durante el año se introdujo el producto Ecopia EP422 Pluss al mercado, a fin de cumplir con las necesidades y expectativas de los clientes.

Atención al Distribuidor y Consumidor

La estructura comercial de Colombia experimentó un cambio positivo con respecto a la organización de sus consultores de venta Multiproducto, con el objetivo de mejorar la atención a distribuidores y consumidores.

Gracias a esta nueva formación, se redujeron las zonas geográficas, con lo que se espera un impacto favorable en la frecuencia de visitas, así como en la prontitud y calidad en la atención a estos dos grupos.

Adicionalmente, Bridgestone Colombia gestionó el proceso de certificación 5 Llantas para hacerla parte de la política comercial de consumo. Con esta certificación se brindará una mejor atención a los clientes en las tiendas de auto y camioneta de Colombia y Ecuador.

Programa Experto Bridgestone

Por medio de la línea de atención 01 800 de Experto Bridgestone se da seguimiento a todas las inquietudes de nuestros distribuidores y consumidores sobre las promociones y temas relacionados con la compra o venta de nuestros productos. El 90% de los casos presentados en esta línea de atención fueron resueltos de forma inmediata en Call Center. Y del total de llamadas o solicitudes recibidas durante el año se atendió el 99% de las mismas; el porcentaje restante se remitió al área correspondiente.

Capacitación

Bridgestone Colombia busca mejorar la calidad de su servicio constantemente a fin de prepararse de la mejor manera posible y destacar en todo momento la importancia que tiene el cliente para la empresa.

En 2016, se impartieron diversos cursos que incorporaron temáticas claves para el negocio.

Embajadores Bridgestone

Bridgestone ha desarrollado iniciativas para mejorar su atención a distribuidores y consumidores. Un ejemplo de esto es el programa Embajadores Bridgestone, implementado a nivel LAN. El lanzamiento de este proyecto brinda a los colaboradores la posibilidad de ir a campo con los consultores de venta para comprender de una mejor manera el trabajo que desempeñan los distribuidores, entender cómo se vende el producto y así tener una mayor visibilidad de cómo se puede agregar valor al servicio final desde cada función.








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 2016, se llevaron a cabo diferentes acciones que involucran el apoyo de la compañía para diferentes objetivos de desarrollo sostenible:

Objetivos de Desarrollo Sostenible



Objetivos de Desarrollo Sostenible	Acciones 2016	Área Prioritaria/ Principio de Gestión
 <p>3 SALUD Y BIENESTAR</p>	<p>Donativos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Embajada de Ecuador en Costa Rica • 55 kg de víveres 	<p>Personas Salud y Seguridad</p>
 <p>4 EDUCACIÓN DE CALIDAD</p>	<p>Capacitación</p> <ul style="list-style-type: none"> • 100% de los colaboradores recibieron capacitación. • 730 horas de capacitación totales, 25 horas por colaborador. • Inversión en capacitación de \$3.950 USD 	<p>Personas</p>
 <p>5 IGUALDAD DE GÉNERO</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 40% de la plantilla laboral está conformada por mujeres. • 22% de las nuevas contrataciones fueron mujeres. • 19 horas de capacitación para mujeres. • Política de Prevención de Acoso, Discriminación y Represalias 	<p>Derechos Humanos y Prácticas Laborales</p>
 <p>8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO</p>	<p>Generación de empleo</p> <ul style="list-style-type: none"> • 9 nuevas contrataciones 	<p>Derechos Humanos y Prácticas Laborales</p>

Objetivos de Desarrollo Sostenible	Acciones 2016	Área Prioritaria/ Principio de Gestión
	<p>Piensa Antes de Conducir:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 8 jornadas de Piensa Antes de Conducir • 350 revisiones de presión de inflado • 1200 beneficiados 	Personas
	<ul style="list-style-type: none"> • Edificio LEED • Programa de Rueda Verde de correcta disposición de neumáticos de desecho. • Certificación Carbono Neutro 	Medio Ambiente
	<ul style="list-style-type: none"> • Comité de Ética. • La empresa se guía por el Código de Conducta de Bridgestone Americas Compliance Center (BACC). • Diversos mecanismos de denuncia para la transparencia en la empresa. • 100% del personal recibió capacitación en temas de ética. 	Cumplimiento Regulatorio y Competencia Justa





Por segundo año consecutivo se presenta el Informe de Sostenibilidad de Bridgestone Colombia que revisa los asuntos más importantes relacionados con la sostenibilidad de la empresa, al tiempo que se brinda información a los grupos de interés sobre sus principales compromisos y actividades en materia de sostenibilidad.

Proceso de elaboración del informe

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



G4-18

En 2016, se realizó un estudio de materialidad en donde surgieron como asuntos materiales los siguientes conceptos, mismos a los que se les da respuesta en este informe:

Asunto	Indicador que responde	Cobertura
Promoción y cumplimiento de los estándares éticos expuestos en el Código de Conducta	G4-HR12, G4-HR8 y G4-56	
Calidad en el servicio y atención a distribuidores	G4-PR5	
Prácticas justas de comercialización (logística, distribución y precio justo para distribuidores)	G4-SO8	
Prácticas de venta honestas y etiquetado del producto para consumidores	G4-PR3 y G4-PR4	
Prevención y lucha contra la corrupción	G4-SO4 y G4-SO5	
Uso sostenible de los recursos naturales	G4-EN10 y G4-EN22	
Promoción de la seguridad vial	G4-PR1 y G4-PR2	Interna
Gestión y prevención de riesgos para mitigación de crisis	G4-35 y G4-56	
Cumplimiento de la normativa legal vigente y aplicable a su operación	G4-PR8	
Desarrollo y evaluación de la cadena de suministro (alineación a los estándares éticos y socio-ambientales de Bridgestone)		
Desarrollo y evaluación de la cadena de distribución (alineación a los estándares éticos y socio-ambientales de Bridgestone)	G4-LA12, G4-HR5, G4-HR6, G4-HR10 y G4-HR11	
No discriminación y promoción de los Derechos Humanos en su cadena de suministro		

Asunto	Indicador que responde	Cobertura
Apoyo a organizaciones sociales y escuelas		
Acciones con la comunidad en favor del medio ambiente	G4-SO1	
Desarrollo de actividades de voluntariado corporativo		
Reducción de emisiones	G4-EN15, G4-EN16, G4-EN17, G4-EN19	Interna
Operación en armonía con el entorno		
Operación eficiente (Reducción de tiempos y costos para ofrecer mejores productos y servicios)		

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 2016 al 31 de diciembre de 2016.

Frente a la información publicada en años anteriores, no se presentó ninguna reformulación de datos que hagan variar la información publicada previamente.

Además, aunque se cuenta con un Informe Regional que consolida las cifras más relevantes de la operación Bridgestone Latinoamérica Norte BS-LAN, el presente reporte tiene un enfoque exclusivo a Colombia, por lo cual no existe un cambio significativo en el alcance y cobertura frente a años anteriores.

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.



Índice GRI

Contenidos básicos generales

Indicador	Referencia
G4-1	Págs. 2-4
G4-2	Págs. 2-4
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN	
G4-3	Pág. 23
G4-4	Pág. 25
G4-5	Pág. 23
G4-6	Págs. 23 y 25
G4-7	Pág. 23
G4-8	Págs. 23 y 25
G4-9	Pág. 24
G4-10	Pág. 61
G4-12	Pág. 68
PARTICIPACIÓN EN INICIATIVAS EXTERNAS	
G4-15	Pág. 52
G4-16	Pág. 52

Indicador	Referencia
ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA	
G4-17	Pág. 79
G4-18	Págs. 80-81
G4-19	Págs. 19-21
G4-20	Págs. 19-21
G4-21	Págs. 19-21
G4-22	Pág. 81
G4-23	Pág. 81
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS	
G4-24	Págs.25-29
G4-25	Págs.25-29
G4-26	Págs. 25-29
G4-27	Págs.25-29
PERFIL DE LA MEMORIA	
G4-28	Pág. 81
G4-29	Pág. 81
G4-30	Pág. 81
G4-31	Pág.81

Indicador	Referencia
ÍNDICE GRI	
G4-32	Pág.81
VERIFICACIÓN	
G4-33	Pág. 81
GOBIERNO	
La estructura de gobierno y su composición	
G4-34	Pág.33
G4-35	Pág. 33
G4-36	Pág. 33
G4-37	Pág. 50
G4-41	Págs.49-50
PAPEL DEL ÓRGANO SUPERIOR DE GOBIERNO A LA HORA DE ESTABLECER LOS PROPÓSITOS, LOS VALORES Y LA ESTRATEGIA DE LA ORGANIZACIÓN	
G4-42	Págs. 7 y 18
ÉTICA E INTEGRIDAD	
G4-56	Págs. 7, 49-50
G4-57	Pág. 50
G4-58	Pág. 50

Contenidos básicos específicos

Indicador	Referencia
CATEGORÍA: ECONOMÍA	
Aspecto: Desempeño económico	
G4-EC1	Págs. 24 y 71
CATEGORÍA: MEDIO AMBIENTE	
Aspecto: Biodiversidad	
G4-EN13	Pág.45
Aspecto: Productos y servicios	
G4-EN27	Pág. 45
G4-EN28	Págs. 44-45
Aspecto: Cumplimiento regulatorio	
G4-EN29	No se presentó ninguna multa significativa en términos ambientales.
CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL	
SUBCATEGORÍA: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO	
Aspecto: Empleo	
G4-LA1	Pág. 61
G4-LA2	Pág. 63

Indicador	Referencia
Aspecto: Capacitación y educación	
G4-LA9	Págs. 61-62
G4-LA10	Pág. 64
G4-LA11	Pág. 63
Aspecto: Diversidad e igualdad de oportunidades	
G4-LA12	Pág. 61 No se cuenta con el desglose del órgano de gobierno.
Aspecto: Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores	
G4-LA14	Pág. 68
G4-LA15	Pág. 68
SUBCATEGORÍA: DERECHOS HUMANOS	
Aspecto: Trabajo infantil	
G4-HR5	Pág. 68

Indicador	Referencia
Aspecto: Trabajo forzoso	
G4-HR6	Pág. 68
Aspecto: Derechos de la población indígena	
G4-HR8	No se presentó ninguna multa significativa en términos de derechos de los pueblos indígenas.
Aspecto: Evaluación de los proveedores en materia de derechos humanos	
G4-HR10	Pág. 68
G4-HR11	Pág.68
Aspecto: Mecanismos de reclamación en materia de derechos humanos	
G4-HR12	No se presentó ninguna multa significativa en términos de derechos humanos.

Indicador	Referencia
SUBCATEGORÍA: SOCIEDAD	
Aspecto: Comunidades locales	
G4-SO1	Pág. 39-41
G4-SO2	Ninguno
Aspecto: Lucha contra la corrupción	
G4-SO4	Pág. 51
G4-SO5	Ninguno
Aspecto: política pública	
G4-SO6	Bridgestone no recibe ni otorga contribuciones económicas por parte del gobierno o partidos políticos.
Aspecto: Prácticas de competencia desleal	
G4-SO7	Ninguno

Indicador	Referencia
SUBCATEGORÍA: RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS	
Aspecto: Salud y seguridad de los clientes	
G4-PR1	Pág.51
G4-PR2	Ninguno
Aspecto: Etiquetado de los productos y servicios	
G4-PR3	Pág. 51
G4-PR4	Ninguno
G4-PR5	Pág. 73
Aspecto: Comunicaciones de mercadotecnia	
G4-PR6	Ninguno
G4-PR7	Ninguno
Aspecto: Privacidad de los clientes	
G4-PR8	Ninguno
Aspecto: Cumplimiento regulatorio	
G4-PR9	Ninguno.



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
2016