

BRIDGESTONE

Your Journey, Our Passion



Impulsando el **desarrollo**
y el movimiento **sustentable**

Informe de Sustentabilidad **2014**



La Esencia Bridgestone

Misión

Servir a la sociedad con calidad superior

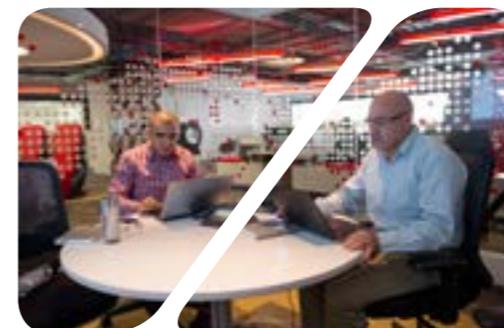
Fundamentos

Integridad y trabajo en equipo

Innovación

Toma de decisiones basadas en observaciones verificadas en el terreno

Acción decisiva después de una cuidadosa planificación



96.4% recibieron formación en políticas de cumplimiento



21 mil neumáticos producidos por día en planta de Cuernavaca



1,748 neumáticos de desecho recuperados en el programa Llantatón



95% de los desechos son reciclados o enviados a coprocesamiento



Se incrementó en un **53%** el nivel de participación del voluntariado corporativo

(863 voluntarios y **1,970 horas** de voluntariado)



Desempeño en cifras

*Cifras de 2014

Actividades Fundamentales

Ventas anuales de
9,525 millones
de pesos



100% de los colaboradores recibieron capacitación sobre el Código de Conducta



1,368 empleados recibieron capacitación sobre temas de soborno y anticorrupción



Actividades del Negocio

Más de **600** puntos de venta



No.1 en ventas de neumáticos de equipo original y de reemplazo



20% de la producción es exportada a Estados Unidos y América Latina



Actividades Ambientales



1.56% de reducción en el consumo de energía en la planta de León, Guanajuato



372,382 m³ de agua reducidos por tonelada de producción en la planta de Cuernavaca



13% de reducción de CO₂ en los procesos productivos en relación al año pasado (2013)



Actividades Sociales

6,209 revisiones de presión de inflado, beneficiando a más de **146 mil personas** con el programa Piensa Antes de Conducir.



40 sedes entre gasolineras y centros de verificación en área metropolitana, realizando **2,361** revisiones en el programa: “Por una Conducción más Ecológica”



Contenido

04

Sobre este informe



Mensaje del Presidente



Estrategia de sustentabilidad en México

22

08

Acerca de Bridgestone



Desempeño de la sustentabilidad

27

28

Actividades Fundamentales



Actividades Ambientales

46

Actividades del Negocio

42

Con nuestros clientes y consumidores
43



Actividades Sociales

54

Con colaboradores 55
Con proveedores 61
Con comunidades 66

78

Eligiendo la guía GRI G4
78

Indicadores
82

Índice GRI - 22 puntos RSE
90

Anexos

Sobre este informe



Bienvenido al tercer Informe de Sustentabilidad 2013-2014. En esta edición se siguen los principios y contenidos definidos por la nueva guía del Global Reporting Initiative (GRI) en su versión G4. A través de este documento, se presentan datos útiles sobre los temas más importantes para Bridgestone de México relacionados con la sustentabilidad; al mismo tiempo que se brinda información a los grupos de interés sobre sus principales compromisos y actividades en materia:

- Ética (Actividades Fundamentales)
- Económica (Actividades del Negocio)
- Social (Actividades Sociales)
- Ambiental (Actividades Ambientales)

Este reporte incorpora un ejercicio de diálogo con los grupos de interés efectuado mediante una encuesta para conocer sus expectativas y opinión sobre las actividades realizadas por Bridgestone de México. Los resultados obtenidos se integran en el presente informe, por lo que se abordan los riesgos, desafíos y temas clave identificados en el proceso como los más importantes para la empresa y las audiencias con las que tiene relación.

El alcance de este informe incluye las tres localidades de Bridgestone de México, S.A. de C.V, considerando las oficinas corporativas en la Ciudad de México; la planta para la fabricación de neumáticos en Cuernavaca, Morelos; así como la planta de fabricación de productos para renovado de neumáticos ubicada en León, Guanajuato de la empresa hermana, Bandag de México S.A. de C.V.

Este documento ha sido elaborado con la opción «de conformidad esencial», según la Guía para la elaboración de memorias de sustentabilidad en su versión G4 de GRI, cubriendo el periodo del 1 de enero de 2013 al 31 de diciembre de 2014.

Para garantizar el contenido y calidad de la información, durante el proceso de elaboración se consideraron los principios de equilibrio, comparabilidad, precisión, periodicidad, claridad y fiabilidad. Asimismo, se cumplió con los principios relativos a la materialidad, la participación de los grupos de interés, así como el contexto de sustentabilidad y exhaustividad. Ver anexo A (Página 78-81).

Para solicitar cualquier consulta o comentario sobre la información publicada en este Informe de Sustentabilidad, contacte a la Gerencia de Relaciones Corporativas y Responsabilidad Social al correo electrónico: Bridgestone_Mexico@la-bridgestone.com

Bridgestone publica su tercer informe de desempeño sustentable, utilizando la metodología del GRI G4.

Por medio del estudio de materialidad, se identificaron los temas relevantes para el negocio y para los grupos de interés.

Mensaje del Presidente



Me enorgullece compartir en nuestro tercer Reporte de Sustentabilidad, los logros alcanzados durante 2013 y 2014, en cumplimiento a nuestra misión de “Servir a la sociedad con calidad superior”, a través de múltiples acciones que promovieron el bienestar social, la protección del medio ambiente y la formación de ciudadanos participativos.

Dichas acciones están alineadas a los pilares de la compañía que impactan positivamente en nuestro éxito financiero, nuestra promesa de marca, hacer de Bridgestone un mejor lugar para trabajar y fortalecer nuestra ciudadanía corporativa.

En 2014, ratificamos nuestra posición como empresa número uno en producción de neumáticos de equipo original y de reemplazo, incrementando nuestras ventas con respecto a 2013.

El éxito financiero ha sido posible gracias a la eficiencia en nuestros gastos, al fortalecimiento de nuestros canales de distribución internos y las nuevas aperturas de puntos de venta; además de negociaciones que nos permitieron exportar más neumáticos, y las distintas estrategias promocionales en nuestros diversos segmentos de productos que privilegiaron las necesidades de los consumidores.

En Bridgestone sabemos de la importancia de estar a la vanguardia tecnológica porque la industria automotriz así lo demanda. Como empresa líder, tenemos el compromiso de llevar al límite a nuestra marca, por lo que estos dos años continuamos innovando en materia de seguridad para satisfacer las exigencias de los consumidores y de la industria.

Si bien trabajamos para atender el mercado actual, cabe destacar que en Bridgestone es una regla de oro pensar en el futuro. Ahora mismo estamos proyectando cómo será el mercado en los siguientes quince años. Tenemos planes de continuar aumentando la producción de neumáticos en Planta Cuernavaca y seguir fortaleciendo nuestra marca como la preferida. Tanto consumidores como distribuidores deben estar tranquilos en que los productos que les ofrecemos, además de ser seguros y de la más alta calidad, están diseñados con materias primas y tecnologías amigables con el medio ambiente. Las características de estos neumáticos contribuyen a disminuir su resistencia al rodamiento, con lo que optimizan la eficiencia del vehículo, ahorran combustible y en consecuencia disminuye la huella de carbono.

El esfuerzo y participación de nuestros colaboradores, nos ha llevado a cumplir satisfactoriamente en el éxito comercial y en nuestra promesa de marca. Para ellos, buscamos hacer de Bridgestone el mejor lugar para trabajar. Durante estos años continuamos exitosamente con dos programas para promover su participación activa en la empresa y liderazgo: “Iniciativa en compañía” y en el TQM “Total Quality Management”, con acciones de mejoras y rendimiento en nuestras operaciones.

Nuestros esfuerzos por mejorar el clima organizacional y la calidad de vida de nuestros colaboradores permitió para finales de 2013, continuar con la distinción de Great Place To Work, tanto para Bridgestone como para nuestra empresa hermana, Bandag. Ocupamos la posición 46 de 100 primeras empresas ranqueadas en la categoría de compañías que cuentan con entre 500 y 5000 trabajadores. Además, en 2014 recibimos los reconocimientos de Empresa Familiarmente Responsable, por parte de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, y continuamos con la distinción de Empresa Socialmente Responsable para Bridgestone por octavo año y el primer año para Bandag.

Reconociendo la importancia en la preservación del medio ambiente, destaco algunas acciones que realizamos en nuestras plantas. Cambiamos de combustóleo a gas natural en nuestros procesos productivos, lo que reduce exponencialmente las emisiones de CO₂ a la atmósfera; los desechos de nuestra producción son reciclados casi en su totalidad, en planta Cuernavaca reciclamos el 95% de desechos y el 99% en León.

En cuanto a la recuperación de neumáticos, firmamos un convenio de colaboración con la Cámara Nacional de Industria Hulera, entre otras asociaciones de la industria llantera, en el cual acordamos el desarrollo de actividades para retirar del medio ambiente neumáticos de desecho, siendo una de ellas la participación en la campaña “Llantatón”, realizada en Cuernavaca, Morelos, que permitió recuperar 1,748 neumáticos usados.

Las distintas actividades sociales que realizamos son la base de nuestra Ciudadanía Corporativa. Para formalizar nuestra labor voluntaria, en 2014, reforzamos nuestro programa de voluntariado corporativo lanzando una campaña de comunicación con nueva imagen y eslogan, y la puesta en marcha del plan en tres ejes estratégicos de acción: seguridad vial, medio ambiente y apoyo comunitario. Estas acciones permitieron elevar los índices de participación de nuestros colaboradores en un 53% en comparación con los dos años previos.

Nuestra misión en seguridad vial para automovilistas tuvo sus frutos a través del programa “Piensa Antes de Conducir”, en sus diversas acciones para niños, jóvenes, mujeres y la ciudadanía en general. Nuestro reto es continuar promoviendo consejos de seguridad vial, efectuando la revisión gratuita de la presión de inflado de neumáticos en diversos puntos, llegando a miles de mexicanos en pro de su seguridad. Asimismo, hemos lanzado la campaña de seguridad vial para camiones y buses “Seguro Llegas”, la primera de su tipo en la región americana.

En Bridgestone de México, vamos más allá de la producción de neumáticos, por lo que mediante este reporte deseamos que conozcan de nuestra gran empresa en la que buscamos impulsar el desarrollo y la movilidad sustentable, a través del equilibrio entre su crecimiento y el de nuestros trabajadores, siempre en torno a las necesidades ambientales y sociales.

Cordialmente.

Dr. Daniel Benvenuti
Presidente y Director General
Bridgestone de México y Centroamérica

Acerca de Bridgestone



Centro de negocios en Bridgestone, Planta Cuernavaca.

Bridgestone no solamente ofrece productos y servicios de alto desempeño, sino que también responde de manera adecuada a las diversas necesidades de la sociedad, para lograr la satisfacción total con el propósito de ser la compañía que apoye las vidas de las personas.

En marzo de 2011, el corporativo Bridgestone en Japón presentó la Esencia Bridgestone; una nueva filosofía que incluye el símbolo corporativo y un nuevo eslogan como parte de la estrategia integral. Ésta tiene como propósito fortalecer la imagen de la marca y enfatizar el compromiso que tiene con las generaciones presentes y futuras de los 150 países donde distribuye sus productos.

En México, la empresa busca aplicar esta filosofía ofreciendo lo mejor a sus clientes y a la sociedad en general, no sólo en lo referente a productos, servicios y tecnología; sino en todas las actividades corporativas. El compromiso de Bridgestone con la calidad no se deriva del deseo de obtener beneficios, sino de la pasión por mejorar la seguridad y la vida de personas en todo el mundo.



En Bridgestone Americas Inc. se definieron los cuatro pilares que sostienen y garantizan el cumplimiento de la misión de la empresa, la visión de ser líderes en la industria y la estrategia empresarial. Dichos pilares son fundamentales y se sostienen sobre la base de la innovación: éxito financiero, promesa de marca, mejor lugar para trabajar y buen ciudadano corporativo.

Brinda empleo a nivel mundial a más de 144 mil personas



180 centros de producción y desarrollo en 26 países





Operaciones de Bridgestone en el mundo

El Grupo Bridgestone es el mayor fabricante de neumáticos para toda aplicación; además de producir otros artículos diversificados en el mundo. Asimismo, produce, comercializa y suministra una amplia variedad de tecnologías que apoyan el desarrollo de diversas industrias.

Sede corporativa en Japón	Presencia en 26 países	180 plantas de producción
4 sedes regionales: <ul style="list-style-type: none"> • América • Europa • Medio Oriente y África • China y Asia Pacífico 	 3,673.9 miles de millones de yenes en ventas anuales*	 6 centros técnicos de investigación y desarrollo y 10 pistas de pruebas
Genera más de 144 mil empleos	 Sus productos se comercializan en más de 150 países	 48 plantas para la fabricación de neumáticos

*Cifras a Diciembre 2014
www.bridgestone.com

Bridgestone también ofrece diversos productos, tales como bandas transportadoras, mangueras y defensas marinas, etc. Así como artículos químicos y deportivos.

Principales productos y servicios

Neumáticos	Ofrece una amplia gama de neumáticos para automóviles, camiones, autobuses, aeronaves, vehículos de construcción y minería, motocicletas, etc.
Productos diversificados	Fabrica y comercializa diversos 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.
Materias primas	Produce diversas materias primas necesarias en su proceso de manufactura, incluyendo hule natural, sintético y negro de humo, entre otras.
I+D	Desarrolla productos y tecnologías para crear prosperidad en el futuro. También realiza trabajo de investigación de materias primas.
Venta	Cuenta con una red de ventas de neumáticos que se extiende a más de 150 países del mundo.

Bridgestone ofrece a los clientes de todo el mundo productos y servicios que desarrolla con calidad, pasión e innovación para beneficiar a la sociedad y responder a sus necesidades.



Bridgestone en México

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

Bridgestone de México fabrica y comercializa una amplia gama de diseños y medidas de neumáticos para automóvil, camioneta y camión, así como para maquinaria agrícola y fuera de carretera.

Sede corporativa en México, D.F.



1 planta para la fabricación de neumáticos localizada en Cuernavaca, Morelos



1 planta para la fabricación de materiales para renovado ubicada en León, Guanajuato



Genera más de **1,400 empleos**



9.5 millones de pesos en ventas anuales



Más de **600** puntos de venta



Historia de Bridgestone en México

Las raíces de Bridgestone en México se remontan a 1937 con la creación de la Compañía Hulera El Centenario; la cual, en 1958, fue adquirida por The Firestone Tire & Rubber Company y cambió su nombre a Firestone El Centenario, S.A., siendo en este mismo año cuando se produce el primer neumático de la marca Firestone en el país.

Para 1988, con la unión de Bridgestone Incorporated y The Firestone Tire & Rubber Company a nivel mundial, la empresa en México adopta un nuevo nombre convirtiéndose así en Bridgestone Firestone de México, S.A. de C.V., la compañía líder de neumáticos y caucho más grande del mundo.

Como parte de la estrategia de identidad de marca, a finales de 2008, la corporación Bridgestone Americas Tire Operations (BATO) anunció el cambio a un nuevo nombre corporativo para todas las empresas del grupo a nivel mundial, por lo que la empresa en México adopta su denominación actual como Bridgestone de México, S.A. de C.V. En 2011 se conmemoró el 80 aniversario y se introduce el nuevo símbolo y filosofía de Bridgestone Corporación: la Esencia Bridgestone.

Historia de Bandag en México

En el año de 1957 el inventor y vendedor de bombas industriales Roy Carver visitaba tierras germanas para promover sus productos y le llamó la atención ver cómo los alemanes renovaban los neumáticos de sus automóviles.

Su curiosidad lo hizo buscar una reunión con el inventor y desarrollador del proceso, el alemán Bernard Nowak. Producto de dicha reunión, acordaron llevar la tecnología y los derechos del renovado de neumáticos a Estados Unidos. Es así como Roy. J. Carver funda Bandag Incorporated el 20 de diciembre de 1957 en Muscatine, Iowa.

El nombre de Bandag es resultado de la combinación de:

- BAN: Bernard A. Nowak
- D: Darmstadt. (ciudad natal alemana de Nowak)
- AG: Símbolo equivalente en alemán al término S.A.

La empresa se enfocó por más de 50 años al servicio de la industria del transporte y fue la creadora del proceso de renovado en frío, también llamado precurado.

Bandag ha revolucionado la industria del renovado a nivel mundial al introducir extraordinarios procesos que permiten darle más vida al neumático y contribuir al cuidado ambiental.



Shojiro Ishibashi



Harvey Firestone

Líder en la venta de neumáticos de auto y camioneta para el mercado de equipo original y de reemplazo en México.



Principales productos y servicios

Neumáticos

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

Actualmente, Bridgestone equipa diversos vehículos de pasajeros y camionetas para armadoras de gran prestigio como Honda, Toyota, Nissan, General Motors, Chrysler y Volkswagen; compañías a las que surte neumáticos para equipo original que representan alrededor del 50% de su producción.

Adicionalmente, es proveedor de autoservicios y realiza ventas a diversas cuentas corporativas.

Respecto a sus productos para camión, comercializa neumáticos de equipo original a Volvo, Kenworth, Isuzu Motors, Scania y Hino Motors; además de distribuir producto de remplazo a más de 120 cuentas nacionales.

Para los segmentos Agrícola, Industrial y Off Road, tiene clientes importantes en equipo original como Industrias John Deere y New Holland. En reemplazo trabaja con empresas como Neumáticos Muevetierra, Comercial Llantera Tapatía, Tírex Agroneumaticos, y Llantas y Refacciones Agrícolas.

Para conocer más de neumaticos visite: www.bridgestone.com.mx

Renovado de neumáticos

Bridgestone participa en la industria del renovado de neumáticos de alto kilometraje con tecnología, asesoría y soporte al mercado de camiones y autobuses, por medio de la marca Bandag.

El sistema de renovado de neumáticos aumenta la vida útil de los mismos; por lo que juega un papel fundamental en el medio ambiente, pues evita que cientos de éstos sean arrojados a los ríos o basureros. Asimismo, representa un apoyo económico porque reduce los costos de manera importante.

Red de distribuidores

Una de las estrategias de negocio que ha elegido Bridgestone de México para llegar a clientes finales, es generar experiencias de compra de alto valor, excediendo las expectativas de cada uno de sus consumidores.

Con una cobertura a nivel nacional en más de 600 puntos de venta, ofrece un amplio portafolio de servicios y productos que permiten a la marca llegar a diferentes consumidores con necesidades específicas para el mantenimiento y cuidado de su vehículo.

Model Store

Orientado a usuarios finales que buscan la combinación perfecta entre un artículo de alta calidad y un servicio Premium que se especializa en productos de ultra alto desempeño (UHP, por sus siglas en inglés) para vehículos deportivos y de lujo.

Auto Center

El esquema de distribución del Auto Center es directo, orientado a consumidores irregulares, usuarios por oportunidad, mismos que adquieren los productos y servicios como complemento, son consumidores de destino y se encuentran localizados en tiendas de autoservicio.

Centro Camionero BTS

Los Centros Camioneros BTS son franquicias que ofrecen un modelo de negocio único en su tipo. Están orientados al segmento de camiones y engloban una solución integral para usuarios finales, ya que la oferta incluye neumático nuevo, renovado y servicios especializados para el segmento del transporte tales como: suspensión, frenos, lubricación y la más completa línea de accesorios. Los 47 centros BTS, estratégicamente ubicados a lo largo del país, cuentan con equipos especializados y cumplen con los más altos estándares de calidad. Proporcionan la solución ideal a flotas y hombre camión, optimizando su operación al ofrecerles la solución más completa para este tipo de segmento en el mercado mexicano.

Más de **600**
puntos de venta
en todo el país.





Family Chanel Firestone

Está encaminado a exceder la centralización y rapidez en los servicios; así como a brindar una atención personalizada. Elementos que permiten generar confianza y seguridad a todos los usuarios finales. Este modelo de negocio se enfoca en consumidores que buscan una marca de confianza y tradición, ofreciéndoles al mismo tiempo equidad entre servicio, rapidez y una alta apreciación del costo-beneficio. La inversión de este modelo de negocio comienza desde la ubicación, misma que se caracteriza por tener presencia en avenidas principales y corredores comerciales.

Family Chanel Bridgestone

Family Channel Bridgestone es un modelo que se acentúa para incrementar el posicionamiento de la marca, diferenciándose con una imagen estilizada, fresca, limpia y novedosa. Se enfoca en el servicio a consumidores que buscan marcas poderosas como Bridgestone, ofreciendo una sinergia entre calidad y servicio al cliente, valores que se traducen en seguridad y conveniencia. Se ubica en ciudades principales, así como en corredores turísticos.

Planta de Renovado

Una planta de renovado es una franquicia orientada a la producción de neumáticos renovados para el segmento comercial. En ésta se cumple con los más altos estándares de calidad ofreciendo el mejor costo por kilómetro para el segmento del transporte que busca optimizar su operación con productos de clase mundial. Renovar es reciclar, por lo que cada una de las 39 plantas situadas alrededor de la república mexicana contribuyen al cuidado del medio ambiente mediante la reutilización de cascotes, reduciendo así desechos en el planeta y alargando la vida de los neumáticos, generando de esta manera menores costos para los clientes.

Los Centros Camioneros BTS, ofrecen servicios de calidad orientados al mantenimiento preventivo y correctivo de camiones de carga y pasaje.

Car Club Firestone

Es un centro de servicio que ofrece ventas al por menor de neumáticos, servicios y productos automotrices de la más alta calidad; tales como: cambio y mantenimiento de baterías, aceites, frenos, alineación, balanceo, entre otros. El centro fue diseñado y construido bajo estándares ahorradores de electricidad y agua; además tiene la consigna de hacer un confinamiento adecuado de aceites, cables y neumáticos.

Actualmente la empresa cuenta con dos establecimientos localizados en la Ciudad de México y en Querétaro.

Tire Wholesale Warehouse (TWW)

TWW tiene la finalidad de atender al canal mayorista, específicamente a los revendedores que buscan neumáticos de automóvil, camioneta, camión y agrícola de las marcas Bridgestone, Firestone y asociadas. Actualmente se cuenta sólo con un punto de venta dentro de un almacén ubicado en Culiacán, Sinaloa.

Para conocer más sobre la amplia red de distribución Bridgestone, Firestone y Bandag, visite: www.bridgestone.com.mx

CarClub ofrece una inspección completa y profesional para todos los modelos y marcas de vehículos.





Bridgestone Golf se posiciona en México como una marca de mayor reconocimiento entre los golfistas.



Productos golf

La Corporación Bridgestone inició la fabricación de pelotas de golf en 1935. Japón es el proveedor líder de accesorios de golf y de mayor crecimiento en los Estados Unidos en los últimos años. Así también, es el patrocinador oficial del campeonato mundial de Golf "Bridgestone Invitational".

En México, Bridgestone Golf inició la comercialización de pelotas, palos y accesorios en el año 2008. Su incursión le ha permitido crecer en un nicho de mercado nacional muy específico, comercializando una amplia gama de pelotas y palos de golf, entre diversos accesorios y ropa deportiva, además de brindar apoyo a grandes deportistas mexicanos como Manuel Inman y Estanislao Guerrero.

Bridgestone Golf ha participado en diversos torneos de alto prestigio en el país, en donde destaca el Abierto Mexicano de Golf, perteneciente al PGA Tour Latinoamérica. Asimismo, ha patrocinado torneos de carácter social como el Torneo Teletón que ayuda a niños con discapacidad y el Torneo Ronald McDonald que apoya a las familias de niños con problemas de salud.

Para conocer más de los productos golf visite:
www.bridgestone.com.mx/golf

Productos para moto

Bridgestone se ha destacado como marca líder al ofrecer neumáticos para los circuitos de carreras de motociclismo y ha desarrollado neumáticos de alto desempeño que brindan agarre, balance y maniobrabilidad en diversos campeonatos como MotoCross, Supercross Enduro y Off-Road. Inclusive el neumático F.I.M. está aprobado por la Federación Internacional de Motociclismo debido a que cumple puntualmente los estándares exigidos por esta organización por no dañar el entorno en el que es utilizado.

Desde 2009, Bridgestone es la marca oficial de Moto GP, siendo el campeonato de velocidad más importante a nivel mundial para el motociclismo. El neumático de motocicleta de alto desempeño es producido en nuestra planta de Nasu ubicada en Japón con los más altos niveles de calidad.

Para conocer más de productos para moto visite:
moto.bridgestone.com.mx

Algunas asociaciones con las que Bridgestone colabora:

Cámara Nacional de la Industria Hulera (CNIH)	<ul style="list-style-type: none"> Participa como miembro. El Dr. Daniel Benvenuti, Presidente y Director General de Bridgestone de México, es Presidente de la CNIH. Se realiza una aportación por concepto de afiliación.
Asociación Nacional de Distribuidores de Llantas y Plantas Renovadoras de México, A.C.. (ANDELLAC)	<ul style="list-style-type: none"> Participa como miembro. No se ha ostentando cargo alguno. Se realiza una aportación anual por membresía.
Secretariado Técnico del Consejo Nacional para la Prevención de Accidentes (CONAPRA)	<ul style="list-style-type: none"> Avala desde el 2009 las campañas de seguridad vial que Bridgestone implementa. Participa en el Foro de Seguridad Vial que coordina CONAPRA. Firmó el Decenio por la Seguridad Vial 2010-2020, que lanzaron la Secretaría de Salud y el Gobierno Federal; el cual busca reducir en 50% el índice de accidentes de tránsito en el país. No se paga cuota.
Cruz Roja Mexicana	<ul style="list-style-type: none"> Colabora de manera voluntaria. La colaboración con este organismo se basa en la coordinación de actividades sociales y recaudación de fondos para beneficio de las comunidades más vulnerables. No se ha tenido cargo alguno. Proporciona fondos de recaudación para beneficiar a comunidades.
Fundación Save The Children	<ul style="list-style-type: none"> Participación de colaboración. No se tiene cargo alguno. Contribuye con donativos en especie dirigidos a niños y familias; tales como: artículos escolares, despensas, material para restauración de escuelas, etc.

Premios y reconocimientos



Reconocimiento recibido en la categoría de 500 a 5 mil colaboradores y multinacionales, siendo la primera filial en Latinoamérica en obtenerlo. Desde 2013, se ubica en la posición 46 de 100 empresas grandes.



En 2014, Bridgestone de México recibe este distintivo por octavo año consecutivo y su empresa hermana, Bandag de México por primera ocasión.



Por quinto año consecutivo, Bridgestone de México fue reconocida con el distintivo Superbrands para el periodo 2014- 2015.

Premio Estatal de Ahorro de Energía Morelos

Por tercera ocasión, la Planta Cuernavaca de Bridgestone México recibe por parte del gobierno de Morelos, el Premio Estatal de Ahorro de Energía Morelos 2013 por implementar mejoras ambientales enfocadas a reducir el consumo y demanda de energía.



La Secretaria del Trabajo y Previsión Social reconoció a Bridgestone como Empresa Familiarmente Responsable para el periodo 2013-2016, por promover prácticas laborales en materias de equidad de género; prevención y combate a la violencia laboral y al hostigamiento sexual, así como por llevar a cabo acciones que equilibran las relaciones laborales y familiares.



Certificaciones

ISO/TS 16949

Sistema de Gestión de Calidad de especificación de equipo original y almacenaje. Se trata de una especificación técnica de mejora continua que contempla requerimientos de VDA 6.1 (Automotriz Alemana), EAFQ (Automotriz francesa), AVQS (Automotriz italiana) y QS-9000 (Automotriz estadounidense).

ISO 14001

Sistema de Gestión Ambiental que establece estrictos requisitos para el desarrollo de un eficaz método de gestión en apoyo de las políticas de la organización. Esto supone un doble desafío: cumplir con todas las regulaciones ambientales actuales y lograr la mejora continua de las prácticas medioambientales; tales como la reducción del uso de recursos naturales y la minimización de residuos.

Certificación Carbono Neutral

Otorgado por el Ayuntamiento de León a la planta de renovado Bandag, por cumplir con una fase de inventario de emisiones y un plan de trabajo sobre reducción de Gases de Efecto Invernadero (GEI).

Estrategia de Sustentabilidad en México



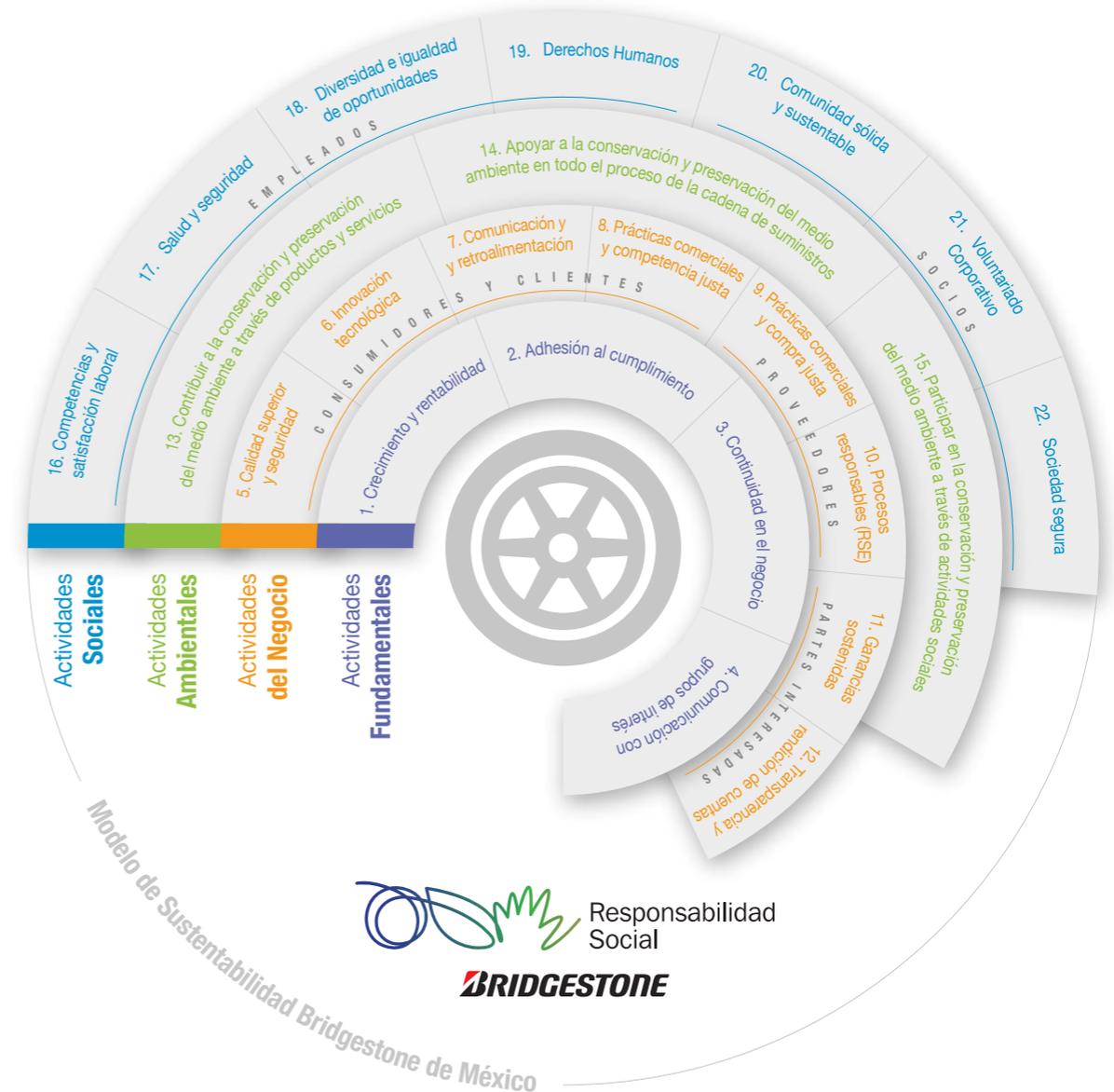
Este modelo ha permitido identificar las prioridades estratégicas en materia de Responsabilidad Social Corporativa, partiendo de principios fundamentales que representan los cimientos y la base del negocio en tres actividades que harán más competitiva a la empresa en el futuro:

- **Actividades del Negocio:** asuntos materiales que hacen énfasis en la innovación y competitividad.
- **Actividades Ambientales:** temas importantes para contribuir a la preservación y conservación del medio ambiente.
- **Actividades Sociales:** asuntos relevantes que generan oportunidades y desarrollo en la comunidad.

La apuesta de Bridgestone

Más que una serie de principios filosóficos abstractos, la Responsabilidad Social Corporativa debe ser puesta en práctica en las actividades cotidianas del negocio, considerando las expectativas que tienen de la empresa las partes relacionadas. Sobre esa creencia está basada la estrategia de Bridgestone, considerando la Responsabilidad Social como un componente fundamental de la gestión que debe estar presente en todas las operaciones y en todas sus actividades comerciales diarias.

En este sentido, desarrolla políticas específicas con la finalidad de identificar y alcanzar su visión y metas; así como un modelo que le permite identificar los temas de mayor relevancia para el negocio y los grupos de interés.





Modelo de negocio sustentable

Bridgestone de México está trabajando para identificar y reducir los impactos generados por la producción de sus neumáticos.

Innova día con día para ofrecer a sus clientes y consumidores finales, neumáticos que brinden seguridad, confort y cuidado medioambiental.

Aborda diversas iniciativas para cambiar el uso de combustibles fósiles por combustibles más amigables con el medio ambiente, permitiendo disminuir la cantidad de emisiones de gases a la atmósfera. Reduce la cantidad de agua utilizada en sus procesos productivos, y logra reciclar el 95% de todos sus desechos.

La visión de Bridgestone es ser un buen ciudadano corporativo; por eso asume el liderazgo social para apoyar diferentes programas y acciones de voluntariado encaminadas a promover una conducción segura y ecológica.

También le preocupa contribuir de manera directa y activa en el confinamiento adecuado de neumáticos usados.

Gobernanza de la sustentabilidad

En Bridgestone de México, el Consejo de Dirección define las principales políticas, estrategias de la organización, su desempeño ético y la evaluación de riesgos. Además, se encarga de supervisar y controlar su ejecución. De esta manera, se involucra en la toma de decisiones para trabajar en la evaluación y el seguimiento de cuestiones referidas a la sustentabilidad del negocio.

La empresa cuenta además con dos comités. El primero es el Comité de Responsabilidad Social, que busca promover la cultura de la responsabilidad social en los colaboradores y las diferentes audiencias con las que la empresa tiene relación. Está conformado por cuatro líderes que representan los ámbitos de calidad de vida, ética empresarial, vinculación con la comunidad y cuidado del medio ambiente.

El segundo es el Comité de Ética, responsable de definir y solucionar los dilemas éticos de los colaboradores. Así como de contribuir a fortalecer los canales de apoyo a las políticas de negocio y antifraude.

Bridgestone de México apuesta por un modelo de negocio responsable y sostenido, que le permita dar una respuesta competitiva y diferencial a los nuevos retos del mercado de neumáticos.





Desempeño de la Sustentabilidad

Actividades Fundamentales 30

Actividades del Negocio 36
CON NUESTROS CLIENTES Y CONSUMIDORES

Actividades Ambientales 40

Actividades Sociales 48
CON COLABORADORES
CON PROVEEDORES
CON COMUNIDADES

Responsabilidad Social Empresarial en **Actividades Fundamentales**



En Bridgestone de México aplicamos la filosofía de nuestro fundador y estamos convencidos que un negocio que sólo busque el beneficio, nunca prosperará, pero un negocio que contribuye a la sociedad y al país siempre será rentable.

Gobierno Corporativo

Bridgestone de México ha adoptado un Gobierno Corporativo donde participan dos comités: la Asamblea de Accionistas y el Consejo de Administración. Estos ejercen sus funciones de acuerdo a los términos de la Ley General de Sociedades Mercantiles.

El Presidente y Director General es el principal responsable de la gestión y la estrategia del negocio, y el Director de Operaciones tiene a su cargo la ejecución del mismo. Ambos, junto con un equipo formado por siete directivos, son los responsables de la toma de decisiones sobre cuestiones económicas, ambientales y sociales. Son ellos los encargados de fijar objetivos, determinar los medios para alcanzarlos y supervisar el desempeño.

Cada uno de los integrantes es elegido por su trayectoria, integridad, experiencia, y por su alineación a los valores y principios corporativos. Dos veces al año los directivos, al igual que todo el personal, participan en evaluaciones de competencias para valorar el cumplimiento de sus objetivos y capacidades. De esta manera consolidamos un robusto Gobierno Corporativo.

Gestión del riesgo

Bridgestone de México considera la previsión y la administración de los riesgos como un elemento esencial para asegurar la sustentabilidad del negocio. En todas las operaciones existen equipos de trabajo responsables de desarrollar planes de acción para que todos los riesgos sean previamente identificados, a fin de manejarlos de forma apropiada. Durante 2013 y 2014 se realizaron diversas actividades en este sentido, entre las que destacan:

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 entorno a su gestión, identificación, reconocimiento y evaluación para permitir la continuidad del negocio.

El modelo de Gobierno Corporativo permite identificar y mitigar los riesgos del negocio, así como velar porque se cumplan los principios básicos de actuación e indicadores de desempeño económico, social y ambiental.



Los ejecutivos recibieron formación para prepararse y anticiparse ante eventos críticos con la finalidad de gestionar una crisis, controlar daños y proteger la imagen y reputación de la empresa.

Centro de Entrenamiento en Seguridad (CES): abierto desde 2012, este centro integró durante 2014 tres nuevos equipos consolidando actualmente doce proyectos. Esto ha permitido brindar entrenamiento a los colaboradores de Bridgestone y de Bandag para simular riesgos en maquinaria, equipo y maniobras. A través de este centro se aseguró la producción libre de accidentes y la eficiencia en el entrenamiento de los empleados.

Plan de Respuesta ante Crisis: en 2014, participaron varios actores claves de la empresa en talleres de respuesta ante crisis, con la intención de definir qué hacer y cómo deben actuar ante una situación de esa naturaleza: estudiar el problema, valorar la gravedad del mismo, tomar decisiones de comunicación, definir voceros y la postura oficial de la empresa, entre otros temas. El resultado permitió establecer el Comité de Crisis a nivel nacional y un Comité de Emergencia en cada una de las localidades.

Ética en el negocio

Bridgestone de México tiene la convicción de que actuar con integridad y trabajar continuamente por construir relaciones de confianza con todos las partes interesadas ayuda a lograr la sustentabilidad del negocio y a diferenciarse en el mercado.

En ese contexto de prácticas éticas de negocio, la empresa se rige por un Código de Conducta y 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, a las políticas y reglamentos internos; así como al cumplimiento de cualquier marco legislativo aplicable a sus operaciones.

Código de Conducta

Establece lineamientos y compromisos de conducta para fomentar el respeto mutuo en el lugar de trabajo, maximizar el valor de las partes interesadas en el mercado, proteger los bienes de la empresa en la vida laboral y el servicio para la comunidad y sociedad. Se puede consultar en <http://www.informebridgestone.com/pdf/BSA.pdf>

Para su difusión, el documento es distribuido a todos los empleados y para su conocimiento y reforzamiento se realizan talleres. Para algunos mandos en específico se tienen planes anuales de formación y evaluación obligatorios mediante el Programa Online de Entrenamiento en Ética y Cumplimiento de Bridgestone Américas.

Gracias a los trabajos de difusión del Comité de Ética, y al compromiso de los colaboradores, durante 2014 el 100% del personal tomó cursos en esta área; siendo México el único país en Latinoamérica en concluir antes del tiempo fijado todos los módulos de evaluación.

Comité de Ética

Está conformado por representantes de diferentes áreas de la compañía, que son elegidos bianualmente por los colaboradores. El staff de Dirección, Auditoría y Legal forman parte del Comité de manera permanente.

La función del Comité es atender todas las inquietudes relacionadas a incumplimientos de los lineamientos establecidos en cualquier política o procedimiento de la empresa.

100% de los colaboradores recibieron cursos y evaluaciones en temas de ética y cumplimiento.





100% de los colaboradores están sensibilizados respecto a las implicaciones de actuar fuera de la ley y la normativa interna.

Como parte de los esfuerzos del comité, se capacita a todos los empleados sobre el Código de Conducta. En las sesiones se incluye la instrucción sobre derechos y responsabilidades de los compañeros de trabajo y las partes interesadas. A la fecha, el 100% del personal ha sido capacitado en este tema. También se implementan diversos programas de difusión y sensibilización para formentar un comportamiento ético; por ejemplo, en 2013 el personal no sindicalizado recibió formación en la Ley de Prácticas Corruptas en el Extranjero. A su vez, en 2014 la capacitación se enfocó en el tema de conocimiento y detección del fraude.

Estas prácticas han impactado de manera favorable el ambiente laboral; ya que durante estos últimos dos años no se ha presentado ningún caso de corrupción o demanda judicial.

Mecanismos de denuncia

Se han establecido diversos canales de comunicación que permiten a los colaboradores denunciar problemas y/o incumplimientos de forma confidencial, sin temor a represalias. Así como aclarar sus inquietudes ante dilemas éticos, contestar sus preguntas y dudas sobre el cumplimiento de las leyes y políticas corporativas.

Algunos de estos canales son:

- Buzones colocados en cada localidad
- Vía electrónica al correo: ComitedeEticaMX@la-bridgestone.com
- Vía telefónica a la extensión *333
- Acercándose directamente con algún miembro del Comité de Ética local

Línea de denuncia internacional al teléfono 001-888-243-8072 o en la extensión *123

Derechos Humanos

La postura de Bridgestone de México en esta área, se enfoca a promover, defender y velar por el cumplimiento de los Derechos Humanos; tanto a nivel interno con los colaboradores, como a nivel externo con clientes, distribuidores, proveedores, comunidad y cualquier otra parte interesada.

En todas las actividades corporativas están prohibidos los actos que afecten la dignidad individual o la discriminación por motivos de raza, origen étnico, nacionalidad, género, edad, idioma, religión, credo, condición social, discapacidad u otros factores relacionados. Se prohíbe el trabajo infantil y el trabajo forzoso en cualquiera de las operaciones o actividades relacionadas con la proveeduría.

Ningún colaborador deberá hablar o actuar para degradar la dignidad de otra persona; tampoco se tolerarán actitudes que impliquen cuestiones de género, autoridad o cualquier otro tipo de acoso.

No se reportaron casos de incumplimiento en materia de derechos humanos.





Un negocio que contribuya con la sociedad y el país siempre será rentable.

Shojiro Ishibashi

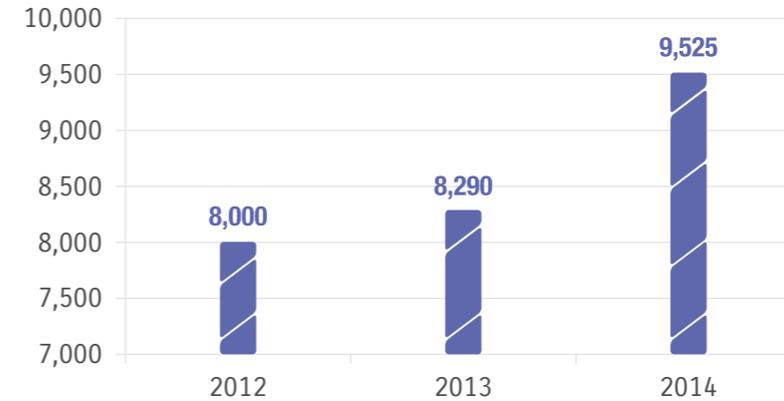
Desempeño económico

Shojiro Ishibashi, fundador de la empresa, expresaba: “Estoy convencido que un negocio que sólo busque el beneficio nunca prosperará, pero un negocio que contribuya con la sociedad y el país siempre será rentable”. Éste es el enfoque económico de Bridgestone de México: trabajar continuamente para garantizar un crecimiento constante que permita la rentabilidad suficiente para continuar siendo sustentable; pero que al mismo tiempo apoye a las comunidades donde tiene presencia.

El 2013 fue un periodo complejo para el desempeño de Bridgestone debido al complejo entorno económico local que se vio afectado luego de las reformas estructurales que modificaron la legislación local. Otro factor que influyó fue la participación en el mercado de neumáticos de baja calidad y bajo costo, lo que provocó un desequilibrio.

Pese a dicho escenario, durante el 2014 las ventas incrementaron en un 2.1% en comparación con el año anterior. Esto fue posible gracias a la eficiencia del gasto en todas las áreas del negocio y al crecimiento en ventas dentro del canal de distribución y cuentas corporativas. También en este año se abrieron nuevos puntos de venta y se generaron mejores promociones dirigidas a los consumidores finales; lo cual se tradujo en más ventas y una rentabilidad mayor para los distribuidores

Ventas anuales expresadas en millones de pesos



Valor económico directo generado, distribuido y retenido

Como empresa líder en la producción de neumáticos de equipo original y de remplazo, Bridgestone de México contribuye de manera importante en la derrama económica del país a través de las inversiones que realiza. También lo hace mediante la generación de empleos directos y el impacto económico que genera en su cadena de valor mediante el abasto de materia prima, transportación y logística de neumáticos; así como los centros de servicio o venta directa de neumáticos.

Conceptos (millones de pesos)	2013	2014
Ingresos	8,290	9,525
Valor económico directo generado		
Gastos operativos	1,020	1'138
Sueldos y prestaciones de los empleados	163	178
Pagos a gobiernos y pago de impuestos	475	529
Inversiones a la comunidad	8	10
Valor económico directo distribuido	1,666	1,855
Valor económico retenido	6,624	7,670

En los dos últimos años, Bridgestone ha sido protagonista de un continuo crecimiento, convirtiéndose en líder en ventas de neumáticos de equipo original y de remplazo en México.

Panorama alentador

Actualmente, el sector automotriz representa el 4% del PIB nacional y el 20% de la producción de manufactura. Se estima que la industria automotriz mexicana continuará creciendo en el futuro; los pronósticos indican que la producción alcanzará 3.7 millones de unidades en 2015. Muchos fabricantes de autos han puesto sus ojos en México para construir plantas de producción, tal es el caso de Nissan en Aguascalientes; Honda y Mazda en Celaya y Salamanca Guanajuato; Audi en Puebla, BMW en San Luis Potosí y KIA Motors en Monterrey.

Bajo ese contexto, Bridgestone de México está proyectando cómo será el mercado de neumáticos dentro de 5 a 10 años. Actualmente tiene un crecimiento importante en la producción anual de vehículos, siendo el octavo productor de automóviles, camiones, partes y componentes a nivel mundial; y busca ocupar el séptimo lugar en los próximos años. Para lograrlo, debe seguir respondiendo a sus clientes de equipo original y estar a la altura de las circunstancias.

La empresa continúa preparándose para mantener su liderazgo y seguir siendo competitiva, mejorando todos los días sus niveles de productividad y eficiencia para mejorar costos e inclusive atraer inversión.

50% de la producción de los neumáticos es destinada para autos y camionetas de equipo original.



Alternativas de crecimiento

Durante 2014, Bridgestone abrió nuevos modelos de negocios que permiten continuar ofreciendo la calidad y seguridad de sus neumáticos e incrementar las ventas en otros mercados.

Se creó Tire Wholesale Warehouse (TWW), una nueva empresa administrada por la corporación Bridgestone que tiene la finalidad de atender al canal mayorista, específicamente a los revendedores que buscan neumáticos de automóvil, camioneta, camión y agrícola de las marcas Bridgestone, Firestone y asociadas. Actualmente existe sólo un punto de venta ubicado en Culiacán, Sinaloa.

También se inauguró el Car Club Firestone, un centro de servicios que ofrece ventas al por menor de neumáticos, servicios y productos automotrices de la más alta calidad; tales como: cambio y mantenimiento de baterías, aceites, frenos, alineación, balanceo, entre otros. El centro fue diseñado y construido bajo estándares ahorradores de electricidad y agua; con la consigna además de hacer un confinamiento adecuado de aceites, cables y neumáticos.

Al operar de esta manera, mantiene contacto más directo y personal con el consumidor final, a través de una experiencia única de compra. Esto reafirma su liderazgo no sólo en la fabricación y venta de neumáticos, sino como empresa líder en el país con la red más amplia de puntos de venta al tener más de 600.

Expansión y crecimiento en nuevos modelos de negocio.





Convención de distribuidores Punta Mita 2014.

Para el desarrollo del estudio de materialidad y reorientar la estrategia de sustentabilidad, se realizaron encuestas a 100 personas que representan la voz de todos los grupos de interés.

Diálogo con nuestros grupos de interés

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

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

Hasta el momento, los principales grupos de interés identificados y los canales de comunicación más significativos empleados con cada uno de ellos son:

Grupo de interés	Expectativas	Respuesta	Canales de comunicación	Frecuencia de contacto
1 Colaboradores	<ul style="list-style-type: none"> Un mejor lugar para trabajar Atracción y retención del talento. Planes de carrera Formación y desarrollo profesional Diversidad e igualdad de oportunidades. Seguridad y salud laboral. Compensación y beneficios Participar en los procesos del negocio 	<ul style="list-style-type: none"> Grace Place to Work Iniciativa en Compañía Bridgestone Group Awards Sistema 1A y 2S My Success Factor Comunicación de competencias Talent 9Box Grid - Plan de Desarrollo individual y Evaluaciones a los asociados Torneos y eventos culturales y deportivos Semana de la salud Compensaciones (Key Flex) Voluntariado Open House Mejora continua en salud y seguridad 	<ul style="list-style-type: none"> Reuniones Revista interna Intranet / Correo electrónico Convenios colectivos Encuesta de clima laboral y 360 grados. 	Continuo
2 Consumidores	<ul style="list-style-type: none"> Precio vs Calidad Seguridad en los neumáticos Atención y seguimiento a sus demandas Información sobre el cuidado de los neumáticos 	<ul style="list-style-type: none"> Diversas promociones durante el año Garantías en sus neumáticos Campañas de sensibilización para medir la presión de sus neumáticos y recomendaciones de seguridad en la conducción de sus automóviles Reconocimientos a su lealtad Club de miembros para camioneros Oferta de valor diversificada 	<ul style="list-style-type: none"> Encuestas de satisfacción 01 800 - Centro de atención a clientes Estudios de mercado Buzón de quejas y sugerencias Redes sociales Campañas Patrocinios 	Continuo

Grupo de interés	Expectativas	Respuesta	Canales de comunicación	Frecuencia de contacto
3 Clientes	<ul style="list-style-type: none"> Innovación tecnológica Calidad superior y seguridad Cumplimiento en los tiempos Comunicación constante 	<ul style="list-style-type: none"> Sistemas de Gestión de Calidad Cumplimiento absoluto Innovación y oferta única por cliente Satisfacción de sus necesidades 	<ul style="list-style-type: none"> Reuniones Investigación y desarrollo Correo electrónico Encuestas de satisfacción Auditorías 	Continuo
4 Socios de Negocio	<ul style="list-style-type: none"> Crecimiento y rentabilidad Continuidad en el negocio Formación y capacitación Productos y servicios particulares que generen valor a los consumidores 	<ul style="list-style-type: none"> Estrategias de marketing y publicidad Campañas de promoción Capacitación y formación Oferta diferenciada en relación a la competencia 	<ul style="list-style-type: none"> Reuniones Encuestas Capacitaciones Encuentros anuales Auditorías 	Continuo
5 Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> Prácticas comerciales equitativas Competencia justa Responsabilidad en el abasto Reconocimiento 	<ul style="list-style-type: none"> Apoyos para la obtención del ESR Lineamientos para el abasto responsable Desarrollo de proveedores Premio a proveedores 	<ul style="list-style-type: none"> Reuniones Auditorías Encuestas Premio al proveedor 	Continuo
6 Comunidad	<ul style="list-style-type: none"> Apoyos sociales Oportunidades de desarrollo Voluntariado Donaciones 	<ul style="list-style-type: none"> Voluntariado Corporativo Piensa antes de Conducir Concurso Universitario Piensa antes de Conducir Kids Operativos viales en Semana Santa Por una conducción más ecológica Seguro Llegas Actividades ambientales Llantatón Donación de sillas de ruedas Donación en especie ante desastres naturales 2a. Carrera "Más poder en tus pies" Jornadas infantiles 	<ul style="list-style-type: none"> Reuniones Correo 	Según necesidades

Grupo de interés	Expectativas	Respuesta	Canales de comunicación	Frecuencia de contacto
7 Autoridades	<ul style="list-style-type: none"> Cumplimiento a la normatividad Generar alianzas para el desarrollo 	<ul style="list-style-type: none"> Cumplimiento Rehabilitación de espacios públicos Decenio por la seguridad vial 	<ul style="list-style-type: none"> Reuniones Eventos 	Continuo
8 Asociaciones/ instituciones	<ul style="list-style-type: none"> Financiamiento Alianzas por una mejor comunidad 	<ul style="list-style-type: none"> Piensa antes de Conducir Kids Apoyos económicos Alianzas en algunos programas Invitaciones a conocer y evaluar nuestro desempeño sustentable 	<ul style="list-style-type: none"> Reuniones Eventos 	Continuo o de acuerdo con las necesidades
9 Medios de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> Información clara y veraz Datos relevantes para sus publicaciones Entrevistas Publireportajes Temas coyunturales 	<ul style="list-style-type: none"> Atención y envío de información ante cualquier iniciativa o campaña Apoyos ante cualquier solicitud de información 	<ul style="list-style-type: none"> Correo electrónico Eventos Vía telefónica o presencial Conferencias de prensa Entrevistas 	Continuo



Responsabilidad Social Empresarial en **Actividades del Negocio**



Las actividades del negocio nos invitan a construir el futuro, retornos de manera proactiva a identificar y desarrollar innovaciones que a su vez beneficien a la sociedad y respondan a las necesidades de nuestros clientes.

Creatividad e innovación para desarrollar nuevos negocios y fomentar una demanda de nuevos productos.

Con nuestros clientes y consumidores

La calidad y la seguridad en los neumáticos

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

Para garantizar la conquista de altos estándares de calidad se aplica un sistema de gestión enfocado a la mejora continua y se cuenta con la certificación de dos estándares internacionales. El primero es ISO/TS 16949: 2009, que enfatiza la mejora continua del diseño y fabricación de neumáticos para vehículos y camionetas de equipo original. La segunda certificación corresponde al ISO 9000-2008; enfocado al diseño y fabricación de neumáticos de remplazo.

Estas normas permiten que las áreas responsables aseguren la calidad y estandarización en los nueve macro procesos que se tienen. Asimismo, se analizan los problemas, se realizan auditorías, se atienden requerimientos del cliente; además de realizar evaluaciones y darles seguimiento.

Innovación en los neumáticos

La planta de Cuernavaca está próxima a cumplir 38 años desde su construcción y actualmente cuenta con los equipos más modernos para la producción de neumáticos, lo que garantiza la seguridad en los sistemas de calidad.

Bridgestone ha desarrollado materiales tecnológicos denominados NanoPro-Tech, combinados con un nuevo diseño de la banda de rodadura y un menor peso del neumático. NanoPro-Tech produce un menor coeficiente de resistencia a la rodadura reduciendo la pérdida de energía en el compuesto durante la marcha. El nuevo diseño de la banda de rodadura (dibujo del neumático) presenta un bloque conectado y una costilla delgada, que mejora la presión de contacto y las prestaciones de frenado en superficie húmeda.

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.





Ejemplos de innovación

Un ejemplo de innovación es Eco pia, un neumático ecológico que combina una tecnología de compuestos que generan baja resistencia al rodamiento, lo que se traduce en ahorro combustible, un menor costo total durante la vida de los neumáticos y menores emisiones a la atmósfera.

En 2013 Bridgestone Bandag Tire Solutions, anuncia la introducción en México de dos nuevas líneas de productos para el sector de transporte de carga y pasajeros.

1. Eco pia Camión, se trata de la tecnología ECOPIA aplicada en llantas para camión en tres diferentes diseños:

- M710 ECOPIA, llanta radial-tracción para ahorro de combustible con excelente desempeño en largas distancias y servicio regional. Representa un gran avance en la reducción de la resistencia al rodamiento, gracias a las propiedades de su diseño

y compuestos; desarrollados para ser amigables con el medio ambiente y contribuyendo a la eficiencia en los costos de operación.

- R283 ECOPIA, llanta radial para toda posición y también diseñada para ofrecer un desempeño Premium para ejes de dirección de servicio regional y largas distancias.
- R197 ECOPIA, adecuada para toda posición especialmente para ejes libres y remolques, diseñada para su uso en recorridos regionales y largos.

2. La tecnología es BANDAG FUEL TECH, se trata de una nueva generación de renovado, que introduce una nueva tecnología de baja resistencia al rodamiento. Aplicando nuevos compuestos e innovaciones en el diseño de la banda de rodadura, Fuel Tech ofrece un excelente kilometraje además de los beneficios ecológicos de renovado de llantas.

Para mayor información visite: www.bridgestonecamion.com.mx



Atención al cliente

Bridgestone de México cuenta con distintas herramientas de comunicación que le permiten estar en contacto permanente con clientes, distribuidores y consumidores finales. De esta manera atiende sus consultas, inquietudes y sugerencias; y les da a conocer las novedades de la compañía.

Estos canales permiten brindar un mejor servicio, estar alerta a las oportunidades, identificar puntos de mejora, desarrollar fortalezas y en general mantener una comunicación cercana y efectiva por medio telefónico (01) 800 713 76 46, electrónico mediante servicioalcliente-Mexico@la-bridgestone.com o presencial en las oficinas corporativas.

Prácticas comerciales

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

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

**61% de
satisfacción
de clientes y
consumidores.**



Responsabilidad Social Empresarial en **Actividades Ambientales**



Sistema de Gestión Ambiental

Desde hace más de 16 años, Bridgestone de México se alineó al sistema de gestión ambiental de la norma ISO 14001 con la finalidad de asegurar e incorporar la sustentabilidad en sus procesos productivos. De la misma manera, lo hace en los servicios y productos que oferta; así como en las actividades ambientales que desarrolla con la comunidad.

Hoy, la planta Cuernavaca cuenta con la certificación ISO 14001:2004 en el diseño y manufactura de equipo original y remplazo de neumáticos. Con esto asegura un plan de manejo ambiental que incluye objetivos, políticas y procedimientos para alcanzarlos. Dicho plan también contempla responsabilidades definidas, actividades de capacitación y documentación; además de un sistema para controlar cualquier cambio o mejora.

Misión Ambiental

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.



One Team, One Planet.

Un equipo, un planeta.

BRIDGESTONE

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

95% de los desechos son reciclados o enviados a coprocesamiento.



1.56% de reducción en el consumo de energía en la planta de León, Guanajuato.





Más de 120 cursos y talleres de formación en temas ambientales, seguridad e higiene.



En esta área, Bridgestone persigue tres objetivos estratégicos:

1. Trabajar en armonía con la naturaleza para contribuir a la biodiversidad mediante la mejora del hábitat, la educación ambiental y la investigación.
2. Valorar los recursos naturales para perfeccionar su conservación a través de mejoras operativas y el de diseño de producto.
3. Reducir de manera continua las emisiones de gases de efecto invernadero, incluido el CO₂ del ciclo de vida completo de los productos.

De acuerdo a estos tres objetivos se abordará el desempeño ambiental de la empresa; poniendo especial atención a los procesos productivos de neumáticos en la planta de Cuernavaca y de renovado de neumático en la planta de León.

Formación en temas ambientales

Para promover tanto el desarrollo como las competencias de los colaboradores en temas ambientales, se diseñó un plan anual de capacitación. Su aplicación permite sensibilizar al personal en todos los aspectos que intervienen en la preservación del medio ambiente, además de otros asuntos relevantes como calidad, seguridad, salud, higiene y prevención de riesgos laborales. En 2014 fueron impartidos más de 120 cursos y talleres.

Neumáticos usados de desecho

De acuerdo a datos de la industria cementera, se sabe que cada año se generan aproximadamente 28 millones de desechos de neumáticos; de los cuales sólo alrededor de 13 millones son reciclados.

Dada esta situación, durante 2014, la Cámara Nacional de la Industria Hulera (CNIH), la Asociación Nacional de Distribuidores de Llantas y Plantas Renovadoras (ANDELLAC), y la Asociación Nacional de Importadores de Llantas (ANILLAC), presentaron el Plan de Manejo de Neumáticos de Desecho ante la SEMARNAT, plan que fuera encabezado por la planta de Bridgestone localizada en el estado de Nuevo León. Este proyecto busca fomentar la recuperación y reutilización de los neumáticos, evitando que sean utilizados como relleno sanitario.

Otros objetivos del plan son evitar la contaminación ambiental, concientizar a la población, generar alianzas con las autoridades para facilitar la recolección y el acopio de los residuos; además de eliminar aquellos focos de infección que generen enfermedades.

El plan se basa en seis fases:

- Implementación
- Recolección y acopio
- Reciclado y reuso
- Utilización del residuo como combustible alterno
- Reducción de generación de residuos de neumáticos usados de desecho

Recopilación de neumáticos para usarse como combustible alternativo.





Mediante trabajo voluntario, se recuperaron más de **1,700** neumáticos de desecho en la ciudad de Cuernavaca, Morelos.



Llantatón

En el marco del Día Mundial del Medio Ambiente, y en colaboración con autoridades locales del estado de Morelos, Bridgestone de México participó en el primer Llantatón bajo la coordinación del área de Medio Ambiente de su planta localizada en Cuernavaca. Esta gran iniciativa promueve entre la comunidad local el manejo responsable de los neumáticos usados, evitando que terminen en la calle, ríos y barrancas, o que provoquen tapones en alcantarillas y drenajes.

La iniciativa permitió recuperar 273 neumáticos de camión, 688 de camioneta y 787 de auto. En total, se logró recuperar la cantidad de 1,748 neumáticos de desecho.

Por una Conducción + Ecológica

Esta iniciativa global tiene la misión de reducir el impacto de los automóviles y ayudar a los conductores a pensar verde antes de conducir. Para lograrlo, se difunden consejos sencillos acerca de cómo los conductores pueden promover una movilidad más sustentable teniendo una postura activa en el uso de sus autos.

Durante el 2013 y el 2014, la empresa presentó su campaña en 10 gasolineras y 10 centros de verificación vehicular cada año, espacios que tienen un gran flujo de automóviles en donde los conductores se encuentran en un ambiente propicio para abordar el tema de una conducción ecológica. En total, se lograron 1,526 revisiones de presión de inflado en vehículos, en ciudades del Estado de México y Distrito Federal.

Reducción de emisiones CO₂

Para el año 2020, Bridgestone de México busca reducir en un 25% las emisiones de CO₂ tomando como base de comparación las producidas en el año 2005.

Con el objetivo de reducir sus emisiones a la atmósfera, en 2014 trabajó en el diseño de una estrategia que le permite sustituir el uso de combustibles fósiles por combustibles más limpios.

De entre las evaluaciones realizadas, el gas natural fue la alternativa más viable, ya que provoca bajas emisiones de carbono porque es un combustible limpio, eficiente y efectivo para procesos de combustión.

Con el arranque de este proyecto, Bridgestone dejaría de emitir aproximadamente 7 mil toneladas de CO₂ por año.

Actualmente ya se cuenta con los estudios de conversión, permisos, autorizaciones, adquisición de equipo e instalaciones adaptadas y el proyecto arrancará en el 2015.

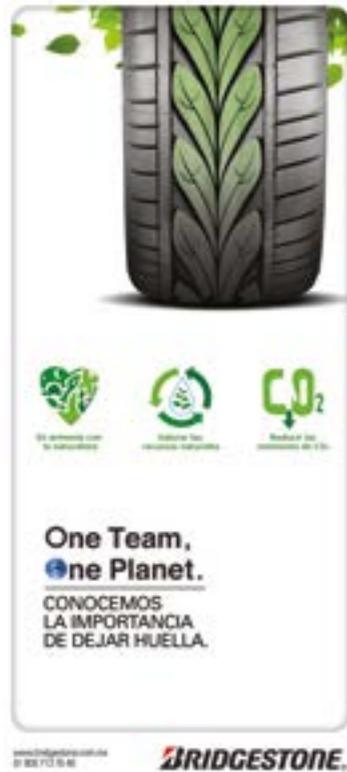
Concurso infantil medioambiental

En el marco del Día Mundial del Medio Ambiente, en Bandag de México se fomentó la participación de los hijos de los colaboradores en el cuidado y preservación de los recursos naturales, a través de la realización de trabajos en los que combinen su creatividad y el interés por mejorar el medio ambiente.

Indicadores ambientales (Ver Anexo B. Páginas 82-87)

En Planta Cuernavaca se logrará la sustitución de combustóleo por gas natural, lo que permitirá dejar de emitir al ambiente **7 mil toneladas de CO₂** al año.





Campaña Verde

En 2014, Bridgestone de México diseñó una estrategia de difusión a través del lanzamiento de su Campaña Verde: “Porque conocemos la importancia de dejar huella”, presentada mediante distintos medios masivos en el país y espectaculares buscando comunicar a sus diversas audiencias sus aspiraciones y compromisos en materia ambiental.

La Campaña Verde de Bridgestone contempla distintas acciones como:

- Reforzar el conocimiento de la visión ambiental.
- Resaltar los resultados de diversos programas como el de recolección de llantas usadas, programa de reducción de CO₂ y ahorro de energía, etc.
- Contribuir a la rehabilitación de espacios públicos, entre otras acciones.

Bajo su compromiso ambiental, “One Team, One Planet” (Un Equipo, Un Planeta) la empresa ha dado a conocer los tres principales campos de acción, así como resaltar los resultados que ha alcanzado mediante diversos programas.

Uso de material renovable

El guayule es un arbusto originario del sudoeste de los EE.UU. y el norte de México, que está siendo evaluado para utilizarse como una alternativa al hule natural cosechado de los árboles de caucho (también conocidos como árboles de hevea, comúnmente llamada el árbol del hule).

Para ese proyecto, Bridgestone Americas tiene un centro de investigación para evaluar la viabilidad del proyecto. Si esto fuera viable, el uso del guayule permitirá tener una fuente de materia prima, muy similar al caucho natural con lo que se fabricarán neumáticos hechos de materiales 100% sostenibles.

Investigación en el proceso de producción de caucho natural por medio del guayule, que permitirá la fabricación de neumáticos con material renovable.



Responsabilidad Social Empresarial en **Actividades Sociales**



En Bridgestone se desarrollan diversas actividades que buscan generar oportunidades de desarrollo para los colaboradores y la comunidad en general. Con los colaboradores se construye la cultura organizacional basada en la Esencia Bridgestone y con el enfoque de ofrecer el mejor lugar para trabajar.

Con la comunidad tenemos tres enfoques: aumentar la conciencia en seguridad vial, cuidar y preservar el medio ambiente local y emprender iniciativas de servicio comunitario que satisfagan las necesidades de las comunidades locales.

Con colaboradores

Cambio de oficinas

Durante 2013, Bridgestone de México realizó un cambio relevante al transferir su corporativo a las nuevas oficinas en el CAD Ciudad de México. La intención fue contar con un lugar de trabajo acorde a su esencia y pilares organizacionales, que reflejara el prestigio de la marca y su compromiso con la más alta tecnología, el fomento a la innovación y el trabajo en equipo.

Se diseñaron espacios abiertos que contribuyen a una mejor comunicación e integración entre áreas. En la construcción fueron considerados criterios amigables con el medio ambiente como un factor relevante para el ahorro de energía, agua y reciclaje de residuos.

El cambio también generó la implementación de prácticas distintas a las que se tenían como: una sala de lactancia exclusiva para las colaboradoras que son madres; espacios abiertos y salas de juntas para fomentar el trabajo en equipo; y espacios lúdicos para fomentar la integración y el compañerismo.

Desarrollo de competencias y satisfacción laboral

El factor humano es para Bridgestone el recurso más valioso, la clave para continuar creciendo. Éste representa el vehículo con el que la compañía puede servir a la sociedad a través de su misión corporativa.

Cada asociado participa en un ambiente de mejora continua que se lleva a cabo a partir de diversas metodologías que incluyen programas mediante los cuales se otorgan compensaciones, reconocimiento y crecimiento profesional. Asimismo, se benefician los procesos internos de la empresa, gracias a las inquietudes expresadas por los colaboradores.

El cambio de oficinas generó nuevos lineamientos y políticas que mejoran la comunicación.





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

Fuerza laboral diversa y con igualdad de oportunidades

Bridgestone de México sigue los lineamientos establecidos por Bridgestone Americas. Estos indican que cada decisión laboral, así como el desarrollo profesional, se reconoce según los méritos personales sin importar la raza, la religión, el género, las discapacidades mentales o físicas, la orientación sexual, la nacionalidad o la edad. La empresa respeta en todo momento los diversos puntos de vista, experiencias y estilos de vida de todos sus asociados.

Invertir en la gente

Desde hace varios años se implementó el “Programa Becarios”, que es una fuente efectiva de reclutamiento para identificar, retener y desarrollar el talento joven; además de promover el desempeño para evaluar su potencial y desempeño. La iniciativa ha sido un excelente semillero para que los becarios contribuyan activamente en la formación de las competencias primordiales que el sector productivo demanda. A través de ésta también se les da la oportunidad de vincular su formación académica con la práctica real.

En 2014 participaron 45 becarios.

Ver anexo B (Páginas 88-89).

Educación y planes de crecimiento

Desarrollo profesional

Plan de desarrollo individual (PDI).

En Bridgestone cada asociado encuentra las oportunidades para incrementar sus fortalezas, pues identifica sus principales áreas de desarrollo para plantear las acciones que le permitan alcanzar sus objetivos.

Coaching y retroalimentación efectiva.

La orientación y apoyo formativo incrementan la eficacia y la eficiencia de la plantilla de asociados. En 2014, 100% de los gerentes fueron capacitados en temas de retroalimentación y entrenamiento para replicarlos entre sus equipos de trabajo. Era muy importante que comprendieran la importancia de la retroalimentación efectiva para cada proceso de desarrollo; así como los aspectos de liderazgo y desarrollo humano, pues de esta manera contribuyen a la solución de los problemas que surgen en el entorno laboral.

Éste es un proceso institucional, dinámico y objetivo que sigue la línea de desarrollo integral mediante la orientación aunada a la retroalimentación sobre el trabajo de cada asociado. Se realiza anualmente en toda la organización.

A través de éste:

- Se mide la efectividad de los resultados.
- Se indican las causas de las desviaciones para proponer medidas preventivas o correctivas.
- Se genera conciencia para optimizar el nivel de desempeño a través del establecimiento de planes de mejora.
- Se contribuye a mejorar la comunicación entre los diferentes niveles de mando.
- Se mejora la toma de decisiones, tanto en el caso del jefe como del asociado. En este sentido, si se cuenta con mayor información, además de objetivos medibles y comparables, la asignación de responsabilidades es más clara y se fortalece.
- Se estandariza la gestión empresarial.



Mejora continua en salud y seguridad

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

También promueve la importancia de realizar las tareas de forma segura, al mismo tiempo que se imparten capacitaciones e instrucciones requeridas para garantizar la seguridad en los lugares de trabajo y, en general, en todos los espacios de la compañía.

3 años sin incapacidades y 0 días perdidos por temas de accidentes en Bandag.



Declaración de la misión de seguridad

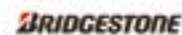
La seguridad es lo primero, siempre

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» incluyen la prevención de todos los incidentes relacionados con el trabajo incluidos los desastres, la higiene industrial y accidentes de tráfico.



Planta Cuernavaca cuenta con un Centro de Entrenamiento único en Latinoamérica, que permite a los colaboradores recibir capacitación y tener prácticas vivenciales y simulaciones de los posibles accidentes que pueden ocurrir en la operación. Al ser un indicador fundamental, todos los empleados tienen la obligación de participar al menos una vez al año en la capacitación y formación.

Todas las acciones de Bridgestone van más allá en la búsqueda del bienestar de los asociados. Por ello, en 2014 otorgó como un beneficio adicional el Programa de Asistencia al Empleado (PAE), que brinda asistencia emocional, legal y financiera a todos los colaboradores, así como a sus familias, con el objetivo de asegurar su salud laboral en todas las áreas de trabajo. De esta forma garantiza para ellos las condiciones laborales más óptimas.

Compromiso de los empleados y reconocimiento

Con el propósito de que cada asociado que trabaja en Bridgestone esté satisfecho y orgulloso de sus logros laborales, a todos se les brindan las herramientas necesarias para impulsar actitudes y técnicas que favorezcan el desempeño; mismas que, por consecuencia, aseguren el éxito de la empresa.

Asimismo, la empresa incluyó diversos programas de formación para que cada asociado identificara las áreas de oportunidad sobre las cuales debe trabajar. También se implementaron planes de desarrollo individual mediante procesos de orientación y retroalimentación efectiva que coadyuvaran en la definición de acciones para alcanzar las metas.

En el centro de entrenamiento en seguridad, se realizan prácticas vivenciales y simulaciones de accidentes, que permiten sensibilizar a los empleados a identificar y evitar riesgos.

52 equipos participaron en “Iniciativa en Compañía”.

Iniciativa en compañía

La empresa ha implementado su programa Iniciativa en Compañía, el cual busca promover la participación y la creatividad de los colaboradores en proyectos que brinden soluciones para la organización, así como promover espacios de convivencia con las comunidades.

Con temas enfocados a “Voluntariado” en 2013 y “Reconocimiento” en 2014, se alcanzó la inscripción de más de 50 equipos, siendo las seis mejores iniciativas que se aprobaron y financiaron por la empresa para su implementación alcanzando grandes resultados.

Así, los voluntarios Bridgestone contribuyeron a mejorar la vida de las personas mediante la donación de bicicletas para facilitar el trayecto del hogar a la escuela de niños que viven en zonas marginadas del país, así como donación de sillas de ruedas para personas de discapacidad móvil a través de la Cruz Roja Mexicana. Además, en 2014, las iniciativas se enfocaron en incentivar el reconocimiento de los colaboradores, promoviendo el respeto, trabajo en equipo y la comunicación para el logro de objetivos.

Alianzas y sanas relaciones

La política de Bridgestone es de completa apertura a la formación y desarrollo de sindicatos. La empresa mantiene una estrecha comunicación a nivel sindical, con el fin de alcanzar acuerdos de mutuo beneficio bajo la base del respeto, la colaboración y la responsabilidad.

Indicadores sociales (Ver Anexo B. Páginas 88-89)



Con proveedores

PCLATEZ – Trabajando con la cadena de valor

PCLATEZ es uno de los proveedores de látex natural de Bridgestone de México. Ubicada en Tezonapa, Veracruz; está integrada por socios productores de hule y es generadora de empleo desde hace más de 24 años.

Desde el año 2007, son parte muy importante del abasto de materia prima de la empresa, y desde entonces han mejorado los procesos de producción para asegurar la mejor calidad en la materia prima. En 2008, obtuvieron la certificación ISO 9001-2000 y actualmente cuentan con la norma ISO 9001-2008 como elemento crucial para mantener relaciones comerciales.

Adicional a las normas de calidad que requiere la producción de látex natural, Bridgestone se preocupa porque tengan procesos sostenibles para asegurar el cuidado y conservación de los árboles de hule, de ahí que brinde apoyos para conseguir este objetivo.

80% de los servicios y materias primas, provienen de empresas nacionales.



El proceso de producción comienza en los viveros donde se lleva a cabo la germinación y entrega de plantas, una vez que crece se plantan los árboles, este proceso se lleva a cabo en el jardín de multiplicación, en esa etapa se coloca una vara de la planta en los árboles para lograr la clonación del árbol de hule, este proceso fue realizado con estrictos controles de calidad por el Instituto Nacional de Investigaciones Forestales, Agrícolas y Pecuarias INIFAP del Gobierno Federal.

Los tipos de clones que se utilizan son IAN 873 y IAN 710. Estos jardines son cuidados con estrictos controles de higiene y seguridad, se lleva a cabo el proceso de enjertación, después de esta etapa tendrán que pasar de 6 a 8 años para que el árbol pueda producir resina de hule.

El proceso de la obtención de látex empieza con la extracción de resina, para esto se realiza un corte en diagonal en la corteza del árbol para sacar la resina líquida que durante el proceso va adquiriendo una consistencia sólida, este proceso dura 8 días.

De esta forma se van formando marquetas de goma de resina, las cuales son trasladadas a la planta de procesamiento. Ahí las examinan, seccionan, limpian, compactan y empaquetan para su comercialización.

Se generan más de **6 mil** empleos indirectos a través de proveedores, contratistas y red de distribuidores.



Abasto responsable (relaciones equitativas)

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

De acuerdo a los principios de compras, se ve a los proveedores como socios del negocio con quienes es posible establecer alianzas a largo plazo con un beneficio mutuo. Con ellos se trabaja en la calidad del producto o servicio que brindan a la compañía, así como la entrega y los costos.

Bridgestone promueve la Responsabilidad Social, el cuidado ambiental y las condiciones de seguridad en todas sus operaciones. Es a través de la mejora continua y el trabajo en equipo que logra mantener una estrecha relación con sus proveedores, la cual le permite satisfacer a los consumidores ofreciéndoles productos y servicios de calidad.

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

Bridgestone de México también fomenta entre su cadena de valor la Responsabilidad Social. Desde 2009 promueve entre algunas empresas la adhesión al decálogo de Responsabilidad Social del Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI). Igualmente, difunde el proceso para la obtención del Distintivo Empresa Socialmente Responsable que la misma organización otorga. Al día de hoy, siete de las empresas a las que se les ha hecho esta recomendación ya cuentan con dicha distinción.





En conjunto con los proveedores, ejecutamos diversas prácticas de conservación para asegurar el cuidado y preservación del árbol del hule.

Desarrollo de proveedores (Caso Plitsha)

Plitsha es una compañía veracruzana dedicada a la explotación de hule natural. Hace seis años Bridgestone inició la vinculación con esta empresa, al identificar en ella ciertas limitaciones para el almacenaje, inventario y transportación de la mercancía.

Un año después decidió fortalecer la organización y especializarla. Varias áreas del corporativo le brindaron apoyo, trabajando con su equipo en parámetros de calidad, conocimientos técnicos, comerciales y administrativos.

Actualmente los cambios han cobrado efecto y Plitsha es ahora proveedor del 60% del hule natural utilizado por Bridgestone. Esta empresa emplea a 300 personas y ha sido reconocida como "Proveedor de excelencia" y, por segunda ocasión, obtuvo el distintivo Empresa Socialmente Responsable.

Indicador	2013	2014
Número aproximado de proveedores de la cadena de suministro	925	960
Número de proveedores activos	3,100	3,301
Países de origen de los proveedores	Singapur, Reino Unido, Japón, España, EEUU, Venezuela, Brasil, Costa Rica, Guatemala, Vietnam, Argentina,	
Número de proveedores nacionales (mexicanos)	2,850	3,040
Valor monetario aproximado de los pagos efectuados a proveedores	430,246 USD	506,000 USD

El medio ambiente en la cadena de suministro

Bridgestone trabaja con una cadena de producción que abarca desde empresas multinacionales hasta proveedores medianos y pequeños; que le brindan materias primas, repuestos, bienes de capital y servicios.

De todos ellos, la empresa requiere valiosos insumos y servicios que son fundamentales para el negocio.

Evaluación del desempeño del proveedor – Premio de Proveedores

Bridgestone cuenta con normas de carácter obligatorio que deben cumplir los contratistas antes de comenzar a prestar algún servicio a la empresa. Se designa un equipo evaluador integrado por representantes del área de compras, calidad y del almacén de materias primas, según corresponda. El proceso de evaluación es realizado por cada responsable del equipo evaluador de acuerdo a lo establecido en el procedimiento interno. Una vez completado dicho procedimiento, se realiza otra reunión para informar los resultados y aclarar dudas.

Los proveedores cuentan con un plazo de 30 días para enviar a Bridgestone el Plan de Acción Correctiva para aquellas inconformidades detectadas, que posteriormente serán verificadas en una auditoría realizada por la empresa.

Algunos de los criterios que se consideran en la evaluación son:

- Respeto por las personas.
- Servicio de orientación.
- Visitas a Bridgestone ante requerimientos.
- Exactitud de las cotizaciones solicitadas.

- Rapidez en la respuesta ante una solicitud de cotización.
- Presentación de muestras en caso de ser necesarias.
- Costos y capacidad de negociación.
- Información entregada con la oferta.
- Condiciones comerciales sostenibles / respecto de estas ofertas.
- Tiempo de entrega confiable y reducido / entrega en término.
- Cumplimiento de la entrega con lo requerido / identificación / packaging / certificados.
- Calidad del producto o servicio.
- Prioridad de abastecimiento (lealtad).
- Capacidad e interés al asumir compromisos, propuestas e iniciativas de mejora.
- Servicio de Post-Venta / respuesta ante un reclamo / garantía.
- Toma de acciones correctivas en caso de ser necesario.
- Comunicación con Bridgestone ante imprevistos surgidos.
- Respuesta en una emergencia / flexibilidad ante auditorías.

Anualmente se entrega el reconocimiento "Proveedor de Excelencia" a las compañías que obtienen las mejores calificaciones en las evaluaciones realizadas. Mediante este premio la empresa reconoce los beneficios recibidos por sus proveedores en calidad, servicio y competitividad, los cuales son un factor determinante para la fabricación de los neumáticos.



Con comunidades

Segunda Carrera “Más Poder en tus Pies”

La Segunda Carrera “Más Poder en Tus Pies” de Bridgestone México, se llevó a cabo el 12 de octubre de 2014, en el Bosque de Chapultepec, emblemático parque y pulmón de la ciudad de México, siendo organizada por la empresa deportiva MX-RACE, en coordinación con el Instituto del Deporte del Distrito Federal (IDDF), el Bosque de Chapultepec y el Gobierno del Distrito Federal.

Abierto al público en general, este evento deportivo busca fomentar la actividad física y un estilo de vida saludable, por que cubre todas las categorías de 6 y 12 kilómetros, de acuerdo a la edad de los atletas (de los 19 años hasta aquellos con más de 50 años).

Así como la primera edición en 2013, la segunda la Carrera Bridgestone tuvo como finalidad apoyar a comunidades necesitadas, por lo que parte de los fondos de inscripción fueron donados para el proyecto de recuperación del parque histórico en Cuernavaca, Morelos.

Con esta iniciativa se busca fomentar la vida saludable y la activación física.



Torneo Copa Bridgestone Futbol 7

Con el objetivo de posicionar a Bridgestone como una marca preocupada por servir a la sociedad con calidad superior y fundada en valores como la integridad y el trabajo en equipo, la empresa llevó a cabo durante 2014 su tradicional Torneo Copa Bridgestone Fut 7, con la participación de equipos de jóvenes futbolistas provenientes de Guadalajara, Monterrey, Guanajuato, Distrito Federal y Estado de México. El encuentro final se disputó el 27 de julio en el Estadio Azul.

Bridgestone de México reunió a los aficionados de todo el país para vivir intensamente la pasión del fútbol, siendo ellos mismos protagonistas dentro de la cancha y teniendo como recompensa un gran premio, asistir a la final de la Copa Bridgestone Libertadores 2014 que se realizara en Buenos Aires, Argentina.

A través de estas acciones, Bridgestone reitera su compromiso con el deporte y la sociedad mexicana para continuar impulsando iniciativas que contribuyan a la práctica de actividad física y la unión familiar.

Promoción de una sociedad segura

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

En congruencia con su visión de ser un buen ciudadano corporativo; asume un liderazgo social para apoyar a todas las comunidades que le rodean mediante el desarrollo de diferentes programas y acciones de voluntariado.

Bridgestone busca contribuir a mejorar la seguridad en las comunidades locales.





Decenio de Acción por la Seguridad Vial

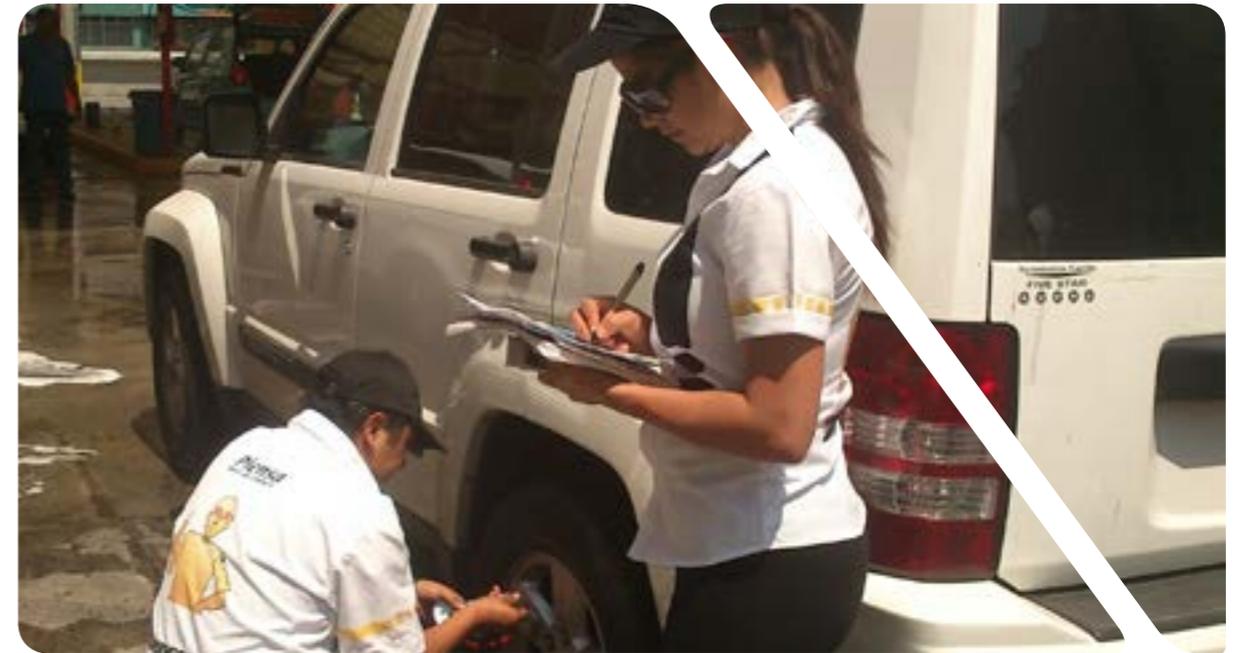
Bridgestone de México apoya al Centro Nacional para la Prevención de Accidentes (CENAPRA) de la Secretaría de Salud, la Organización Panamericana de la Salud (OPS) y los gobiernos de los estados y la sociedad civil. Es por ello, que la empresa participa activamente en la promoción del “Decenio de Acción por la Seguridad Vial” 2010-2020, que busca reducir en un 50% el índice de accidentes de tránsito en el país.

Comprometida con la seguridad vial, la empresa implementa diversos actividades para crear conciencia de seguridad vial en los conductores, sin importar su edad, sexo o estilo de vida, antes de salir a carretera o circulando por la ciudad, para evitar accidentes. De las principales actividades destacan:

Piensa Antes de Conducir

Bridgestone continúa promoviendo una conducción más segura mediante el apoyo de Don Dummy; una botarga, o muñeco experto en seguridad, que brinda consejos relacionados con las reglas de seguridad, la importancia y los beneficios de una correcta presión de inflado en los neumáticos.

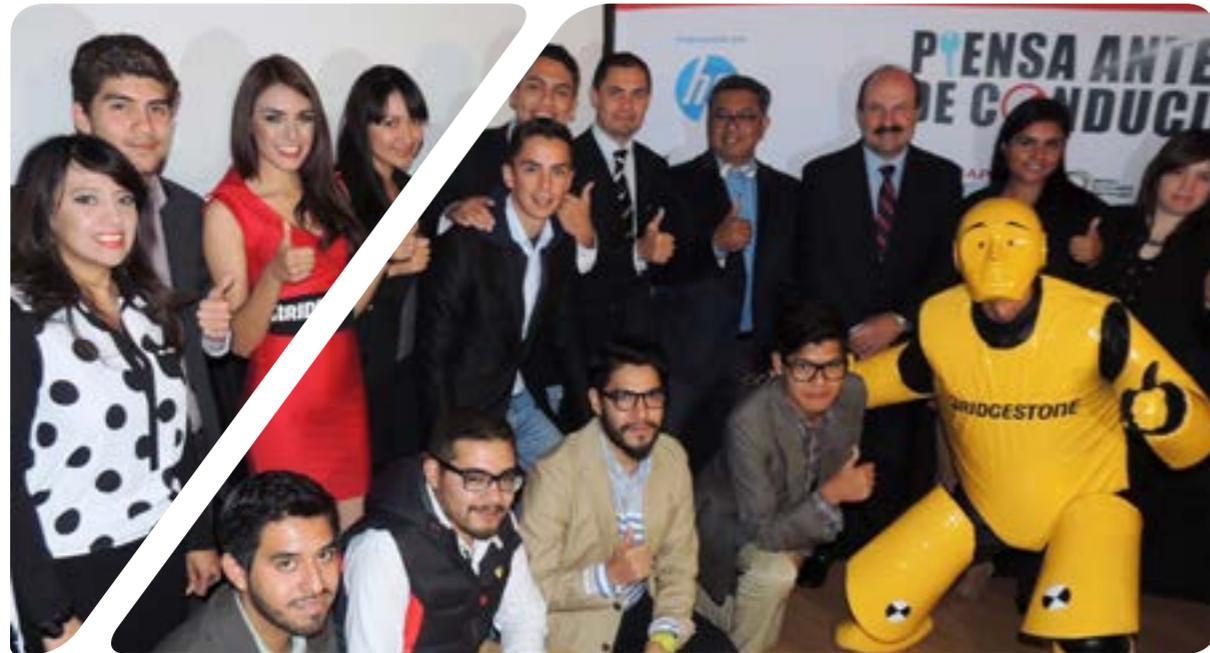
Más de **146 mil** personas beneficiadas por el programa “Piensa Antes de Conducir”.



En 2013 y 2014 se realizaron:

- 20 activaciones en centros de lavado y en 50 Universidades. A los conductores participantes se les brindan los cuatro consejos a tomar en cuenta para disminuir accidentes, así como efectuar la revisión gratuita de la presión de inflado y desgaste de neumáticos, notificando a los usuarios sobre el estado de sus neumáticos.
- Piensa Antes de Conducir Operativo Semana Santa: en las principales salidas de la Ciudad de México; en 12 rutas se entregaron más de 111 mil folletos, logrando impactar al 36% del total de autos que salen de la ciudad por carretera.
- Dos activaciones especiales en seguridad se realizaron en 2014. La primera dentro del evento anual Vive Bridgestone Rockero, el cual se basa en una clínica de conducción sobre piso seco, mojado y terracería. El segundo evento se presentó en la Universidad del Valle de México, en donde el Experto Bridgestone ofreció una conferencia exclusiva en seguridad vial y hábitos de conducción ante más de 60 jóvenes, además de realizar 64 revisiones gratuitas de presión de inflado y desgaste de neumáticos.

6,209 revisiones gratuitas de presión de inflado realizadas.



Concurso de Creatividad Universitario - Piensa Antes de Conducir

Gracias a la difusión en redes sociales, desarrollo de campañas digitales, activaciones en universidades y a la oportunidad de que el público vote por su proyecto preferido, esta iniciativa sigue siendo un éxito al recibir cientos de trabajos de estudiantes universitarios de todo país.

Durante 2013 y 2014, la empresa realizó su 5º y 6º concurso respectivamente en sus tres modalidades de participación: cartel, tema musical y spot de televisión, las cuales han permitido fomentar la cultura de la vialidad y la seguridad entre los jóvenes. Gracias a esta iniciativa, Bridgestone genera mayor conciencia sobre la importancia de seguir una rutina de seguridad antes de arrancar el automóvil; al mismo tiempo que fomenta la creatividad y vincula actividades académicas con un problema social que requiere de su involucramiento.

Para conocer los resultados y ganadores del 6º Concurso de Creatividad y otras acciones de la campaña Piensa Antes de Conducir en México, visite www.piensaantesdeconducir.com.mx Facebook: Piensa Antes Twitter: @piensa_antes

780
universitarios
participaron
en el Concurso
de Creatividad
Piensa Antes de
Conducir en los
dos últimos años.



Piensa antes de conducir kids Campaña Mujeres

La seguridad vial es un tema esencial para Bridgestone, ya que los accidentes automovilísticos son la primera causa de muerte en niños de 5 a 14 años. La empresa se preocupa por fomentar el conocimiento de normas de tránsito y que los automovilistas apliquen las principales medidas de seguridad al conducir. De ahí surgen iniciativas como “Piensa Antes de Conducir Kids”.

Piensa Antes de Conducir Kids es un espectáculo para niños enfocado en temas de seguridad vial y que se presenta en escuelas primarias; mostrando reglas de seguridad, consejos e información vial en general.

En el marco del show interactivo de las actividades “Piensa Antes de Conducir Kids”, la empresa diseñó el primer concurso de dibujo infantil para que los niños puedan identificar y aplicar junto con sus papás acciones preventivas de seguridad vial, llegando a 60 escuelas primarias públicas y privadas.

Con la implementación de tres categorías de acuerdo a los niveles de escolaridad primaria, se establecieron los criterios de evaluación y un jurado calificador. Fue tan positiva la respuesta que se logró la recepción de 2,452 trabajos de niños en edades entre los 6 a 12 años.

En 2014, Bridgestone México afianzó su campaña Mujeres #Ellas Manejan, con el objetivo de mantenerlas informadas de las diversas opciones de llantas que existen en el mercado, así como de sus beneficios y ventajas en seguridad y confort al conducir.

El acercamiento que Bridgestone propone con el género femenino se basa en una investigación que la compañía realizó sobre el papel preponderante de las mujeres en la toma de decisiones con respecto al consumo en el hogar, y en este caso el de las llantas. Una de las conclusiones que surge del estudio de la marca, se refiere a la nula información de llantas dirigida a mujeres, ya que los mensajes están enfocados principalmente a los hombres.

La campaña ha permitido a la empresa mostrar la importancia de mantener el cuidado de sus vehículos y la atención que se debe prestar al seleccionar una llanta, así como tener una relación más estrecha para conocer y atender de manera fácil y práctica sus necesidades e intereses.

Es así como Bridgestone de México busca un acercamiento con este sector importante conformado por las mujeres, quienes tienen decisión representativa en los hogares mexicanos de hoy, con el fin de involucrarla totalmente y convertirla así en embajadora del “buen manejo” y en una portavoz de la seguridad vial.





Seguro Llegas – Campaña de Seguridad Vial para Transportistas

Se sabe que el 90% de los accidentes pueden prevenirse si se toman medidas de seguridad vial. Bajo este contexto, en 2014, Bridgestone de México, a través de su unidad de negocios Bridgestone Bandag Tire Solutions, lanzó la campaña Seguro Llegas dirigida al sector del transporte y carga pesada del país, con el fin de mostrar a los transportistas cómo prevenir accidentes.

La iniciativa considera tres factores controlables:

1. Factor humano: el cansancio de los transportistas es una de las principales causas de accidentes debido a que les genera problemas para enfocar la vista, hacen cambios de carril involuntarios y los irrita, teniendo como consecuencia la reducción en los tiempos de reacción, menor habilidad para tomar decisiones inmediatas y no guardar distancias adecuadas.

2. Mantenimiento de unidades: la regla básica señala que un conductor debe tener en cuenta al menos cuatro indicadores que demuestren que su unidad está en óptimas condiciones para salir a carretera: frenos, iluminación, dirección y suspensión.

3. Revisión de neumáticos: la adherencia de los neumáticos aumenta la seguridad en la carretera, por lo que antes de echar a andar el motor es indispensable medir y calibrar la presión de inflado, revisar el desgaste y su estado general porque esto permitirá estabilidad y control en el vehículo, menor fatiga, óptimo desempeño en caminos mojados y reducción en la distancia de frenado.

“Seguro Llegas” es una campaña que Bridgestone mantendrá de forma permanente entre los transportistas, mediante una pauta publicitaria que los mantendrá informados de todas las acciones, pruebas demostrativas, activaciones en casetas de peaje y diversas capacitaciones en el sector.

“Seguro Llegas” identifica que los accidentes pueden prevenirse si se toman en cuenta tres factores controlables: el cansancio, el mantenimiento y la revisión de neumáticos.

Voluntariado Corporativo

Durante 2014, Bridgestone México reforzó el programa de voluntariado corporativo lanzando una campaña de comunicación con nueva imagen y eslogan. Además, se estableció una manera distinta de organizar e involucrar a los líderes, coordinadores y voluntarios. Cabe destacar el establecimiento de tres ejes estratégicos de acción en esta área: seguridad vial, medio ambiente y comunidad.

Estas modificaciones permitieron ayudar a las comunidades locales, así como promover y fortalecer el involucramiento de los colaboradores en todas las oficinas y operaciones. Gracias a estas medidas se elevaron los índices de participación en un 53% en comparación con los dos años anteriores.

	2013	Meta 2014 (+10%)	Final 2014	% Incremento
Número de voluntarios	563	619	863	53%
Horas de voluntariado	843	927	1,9701	133%

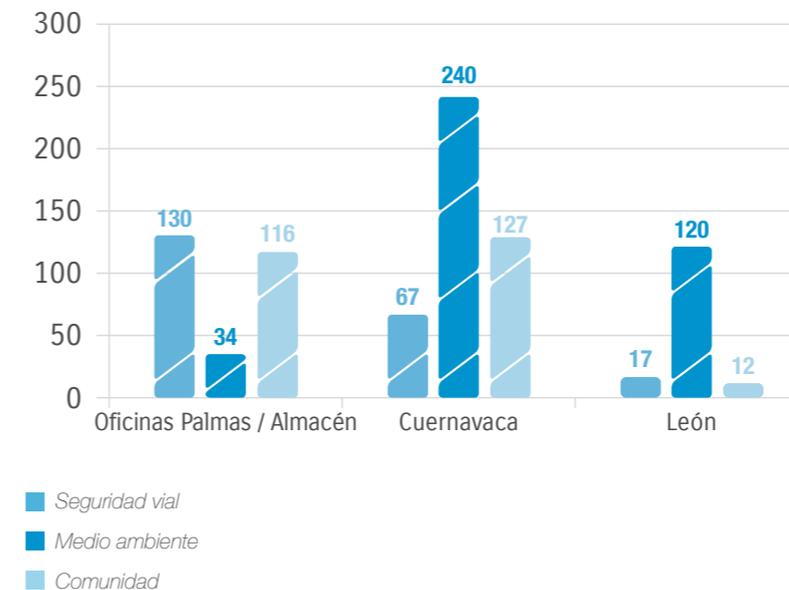


En 2014 se incrementó la participación de los colaboradores en los programas de voluntariado corporativo en un

53%.



Voluntariado por localidad





Colaboradores de Bridgestone y Bandag participaron durante 2014 en once actividades de voluntariado, entre las que destacan las siguientes de acuerdo a los tres ejes estratégicos:



Seguridad vial:

- Tres jornadas infantiles educativas en escuelas primarias en las ciudades de México, Cuernavaca y León:
Enseñanza dirigida a niños para que aprendan de manera divertida a viajar seguros y prevenir cualquier tipo de accidente mientras viajan en un automóvil.
Entre los temas de enseñanza destacan: el uso de cinturón de seguridad, disminución de distractores, señalamientos de tránsito, cuidado de los neumáticos, entre otros.

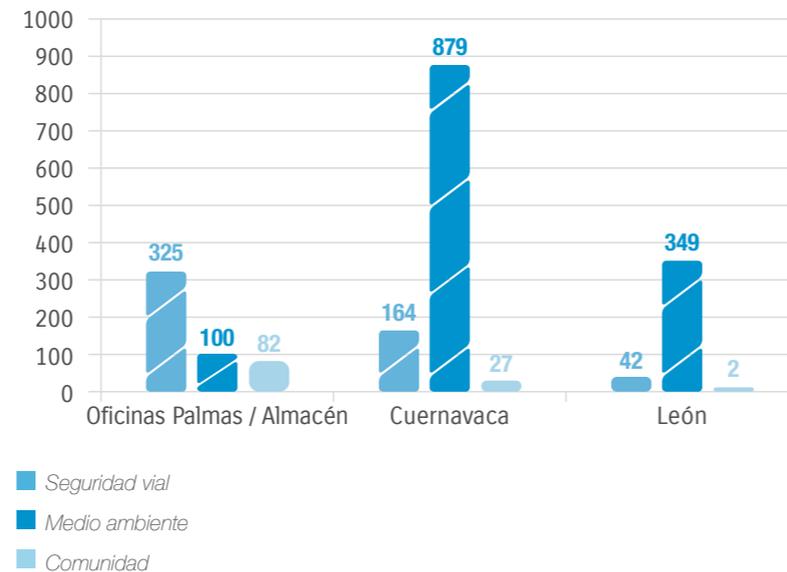


Medio ambiente:

- **Reforestación en León, Guanajuato.**
Encuentro que reportó la participación de 90 voluntarios de Bandag de México, entre asociados y familiares, que sembraron 100 árboles en el parque localizado en Paseos de la Cima, León.
- **Tres jornadas infantiles educativas en escuelas primarias en las ciudades de México, Cuernavaca y León.**
Enseñanza dirigida a niños sobre el cuidado del medio ambiente de manera divertida.
Entre los temas de enseñanza destacan: reciclar, rehusar, cambio climático, reducción de contaminantes y desechos, efecto invernadero, hábitos de consumo, etc.
- **Tres jornadas de revisión de presión de inflado en la ciudad de México y Cuernavaca.**
Voluntarios efectuaron revisiones gratuitas de presión de inflado y desgaste de neumáticos en gasolineras.



Horas de Voluntariado por localidad



98 voluntarios de Bandag, sembraron **100** árboles en el parque Paseos de la Cima, en León, Guanajuato.





120 voluntarios de Bridgestone, invirtieron 540 horas para rehabilitar un parque en Cuernavaca, Morelos.



- **Rehabilitación de parque público “Álvaro Obregón” en la ciudad de Cuernavaca, Morelos.**

Bridgestone de México, en colaboración con el Ayuntamiento de Cuernavaca en el Estado de Morelos, reinaugaron el 6 de diciembre de 2014, el Parque Público Álvaro Obregón, ubicado en el centro Histórico de la capital morelense, a un costado del “Paseo Ribereño Alfonso Sandoval Camuñas” de la Barranca de Amanalco.

La rehabilitación del parque Público Álvaro Obregón fue posible gracias a la participación en los trabajos llevados a cabo entre las Secretarías de Infraestructura Urbana, Obras y Servicios Públicos Municipales y la Secretaría de Desarrollo Sustentable del Municipio de Cuernavaca. El programa de actividades se llevó a cabo bajo la coordinación de la dirección de Conservación de Bosques, Barrancas y Áreas Naturales Protegidas del Ayuntamiento de Cuernavaca, en colaboración con el trabajo de 120 voluntarios de Bridgestone de México, quienes en suma dedicaron 540 horas de voluntariado.

Las actividades de rehabilitación consistieron en la poda y sustitución arbórea, limpieza general, diseño de jardinería y suministro de plantas, trabajos de albañilería, suministro y colocación de puertas de herrería, construcción de un muro de contención y muretes en las terrazas, limpieza de fuentes, suministro y colocación de bomba en fuente del parque, suministro y colocación de luminarias con balastro, y trámites, relacionados a licencias y permisos.

Este proyecto fue impulsado por Bridgestone para el disfrute de todos los visitantes en general. Se espera, que al ser además un punto turístico en Cuernavaca, el Parque Público Álvaro Obregón reciba aproximadamente a mil 200 personas mensualmente, a partir de los recorridos de la Barranca de Amanalco, con la que está conectada.



Comunidad:

- **Programa Anual Ruedas a la Vida.**

Bridgestone de México otorgó un donativo en efectivo a la Cruz Roja Mexicana para la adquisición de un equivalente a 185 sillas de ruedas (100 sillas de ruedas en 2013 y 85 en 2014); que fueron otorgadas a personas con problemas de discapacidad motriz de la Ciudad de México y otras del estado de Morelos.

En 2014 el donativo se logró gracias a las aportaciones de 144 de sus trabajadores quienes participaron como voluntarios en el programa Ruedas a la Vida, al comprar chamarras conmemorativas y hacer donaciones directas.

Ruedas a la Vida fomenta la integración entre todos los miembros de la compañía; además de familiares y amigos, que en conjunto buscan mejorar la calidad de vida de personas con discapacidad motriz en comunidades con situación de pobreza.

- **Ayuda ante desastres naturales en la comunidad de Acuña.**

Voluntarios de Bridgestone y Bandag beneficiaron a 15 familias de comunidades en Acuña, Coahuila, lugar en donde se localiza la pista de pruebas de la empresa, zona que fue gravemente afectada por inundaciones, luego de las fuertes lluvias.

Las familias recibieron despensas y ropa donada por asociados de todas las localidades de la empresa.

Se donaron 185 sillas de ruedas en 2013 y 2014.



Anexos



Anexo A

Eligiendo la Guía G4 de GRI

A partir del lanzamiento de la guía G4 de GRI, Bridgestone de México aplicó los principios y contenidos para la elaboración de memorias de sustentabilidad; poniendo especial atención en alinear la difusión de su desempeño sustentable siguiendo la propuesta del Global Reporting Initiative.

Esta nueva versión requiere la realización de un ejercicio de análisis de materialidad, lo que implica reflejar en el informe los aspectos económicos, sociales y ambientales más críticos y significativos para la compañía, mismos que influyen de un modo sustancial tanto en las evaluaciones como en las decisiones de los grupos de interés. Al llevar a cabo este ejercicio, se profundizó en la evaluación de los 22 puntos en Responsabilidad Social Corporativa establecidos por el corporativo; así como en la reafirmación de los asuntos prioritarios para el negocio que influyen en las audiencias clave.

Este informe logró la opción esencial “de conformidad” con la guía G4 de GRI.

Proceso de Elaboración

Contexto de Sustentabilidad / Participación de los Grupos de Interés

Se tomaron en cuenta los aspectos relacionados con la Sustentabilidad del Negocio.

- Las categorías y los aspectos básicos de contenido definidos en las guías del Global Reporting Initiative se revisaron para relacionarlas con los 22 puntos incluidos en el modelo de sustentabilidad de Bridgestone.

PASO 1 Identificación

- Se determinaron los asuntos relevantes, considerando los impactos internos y externos de la empresa.
- Se consideró para este paso:
 - Revisión de asuntos públicos y riesgos.
 - Revisión de la estrategia de negocio actual.
 - Relación con los estándares metodológicos (ISO26000, CEMEFI, Pacto Mundial).
 - Encuestas para conocer las expectativas de los grupos de interés.
 - Revisión de las prioridades del Comité de Ética y el Comité de Responsabilidad Social.

Materialidad / Participación de los grupos de interés

Se seleccionaron los aspectos materiales que serían reportados.

- Los asuntos relevantes identificados en la primera fase se priorizaron a fin de determinar cuáles serían incluidos en el informe; considerando la influencia en las valoraciones y decisiones de los grupos de interés. Así como la importancia de los impactos económicos, ambientales y sociales de Bridgestone de México.
- Se realizaron entrevistas a los principales directivos y colaboradores para identificar el nivel del conocimiento del tema, la prioridad que tiene para ellos, los niveles de riesgo, la percepción del tema, el impacto para la empresa y la contribución de ese asunto para un desempeño sustentable.

PASO 2 Priorización

- Para determinar el mínimo o máximo riesgo, así como la madurez de los temas, se realizó un análisis cualitativo y cuantitativo. El resultado de esta etapa fue una calificación por cada tema, misma que permitió trazar la matriz de materialidad.
- Se consideró para este paso:
 - Resultados de las comunicaciones sostenidas con grupos de interés.
 - Evaluación de los impactos en la cadena de valor.
 - Contexto de sustentabilidad de los mercados donde opera y desea incursionar la compañía.
 - Reportes del área de comunicación y relaciones públicas.
 - Entrevistas con directivos y personal clave de la empresa.

Exhaustividad / Participación de los Grupos de Interés

Para los asuntos materiales avalados por los tomadores de decisiones y responsables, se definió un orden.

PASO 3 Validación

- La Dirección general corroboró los resultados de las anteriores etapas, así como las percepciones y opiniones de los grupos de interés.

PASO 4 Revisión

Contexto de Sustentabilidad / Participación de los Grupos de Interés

Revisar los aspectos considerados primordiales, para la preparación del siguiente informe.

Cumplimiento de los principios GRI-G4

En la elaboración de este informe fueron aplicados los principios de la guía G4 de GRI para determinar su contenido y calidad.

Principios para determinar el contenido del informe

- Participación de los grupos de interés
Los grupos de interés están bien identificados y se cuenta con diversos canales de comunicación que permiten conocer sus expectativas y sugerencias. Este año, por primera vez, se efectuó un ejercicio para conocer su percepción, mediante una encuesta que reflejó sus comentarios y permitió identificar los temas o aspectos más relevantes para ellos.
- Materialidad
Fueron considerados los asuntos identificados en el estudio de materialidad, mismos que se publican en este informe. Este apartado muestra el proceso y los temas que influyen de manera sustancial en las valoraciones y decisiones de los grupos de interés. El estudio de materialidad fue realizado en el año 2014, considerando las expectativas y opiniones de algunos: directivos, colaboradores, clientes, distribuidores, organizaciones de la sociedad civil y asociaciones.
- Contexto de sustentabilidad
Reflejamos el modo en que Bridgestone contribuye por una movilidad sustentable desde la perspectiva de avances y tendencias económicas, ambientales y sociales.
- Exhaustividad
Este informe incluye las tres localidades de Bridgestone de México, S.A. de C.V, considerando las oficinas corporativas en la Ciudad de México; la planta para la fabricación de neumáticos en Cuernavaca, Morelos; así como la planta de fabricación de productos para renovado de neumáticos ubicada en León, Guanajuato, de la empresa hermana de Bridgestone, Bandag de México S.A. de C.V.

Principios para determinar la calidad del informe

- Equilibrio
En este informe se reflejan diversas temáticas del desempeño de la empresa para permitir una valoración razonable del desempeño sustentable.
- 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
- 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 Sustentabilidad se publica de manera bianual, visualizando publicaciones anuales para 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.

Los temas materiales

La siguiente tabla contempla las prioridades estratégicas:

Asunto material	Indicadores GRI G4	A qué grupo de interés atañe	Asunto de índole	
			Interno	Externo
Actividades Fundamentales				
Canales de comunicación efectivos.	G4-24 G4-26 G4-27	Colaboradores, Clientes y Consumidores, Proveedores, Socios de Negocio, Comunidad, Accionistas, Autoridades, Asociaciones, Medios de Comunicación.	•	•
Adhesión al cumplimiento.	G4-S08 G4-EN29 G4-PR7	Accionistas, Autoridades, Clientes	•	•
Actividades del Negocio				
Calidad y seguridad en neumáticos.		Accionistas, Autoridades, Clientes	•	•
Responder a las necesidades de las armadoras en tiempo y de acuerdo a las especificaciones técnicas.		Accionistas, Clientes	•	•
Innovación.		Accionistas, Clientes, Consumidores, Socios de negocio, Medio Ambiente	•	•
Compras responsables.	G4-12 G4-S09	Accionistas	•	
Establecer prácticas comerciales y de competencia justa.	G4-12 G4-S07 G4-S09	Proveedores, Competidores, Socios de negocio	•	•
Actividades Ambientales				
Consumo de energía.	G4-EN3 G4-EN6	Accionistas, Clientes	•	•
Reducir la huella de carbono.	G4-EN15	Accionistas, Clientes	•	
Uso del agua.	G4-EN8 G4-EN10	Accionistas, Clientes	•	
Reciclaje y confinamiento de materias primas.	G4-EN2	Accionistas, Clientes	•	
Actividades Sociales				
Seguridad y salud de los colaboradores.	G4-LA5	Colaboradores	•	
Apoyo a la comunidad.	G4-S01	Sociedad, Autoridades	•	•
Recuperación de neumáticos de desecho.		Sociedad, Colaboradores, Asociaciones, Competidores, Autoridades	•	•

Anexo B

Indicadores ambientales

Planta Bridgestone Cuernavaca, Morelos

Energía

Tipo de Combustible	2013	2014
Diésel (litros)	135,000	109,429
Tipo de energía	2013	2014
Electricidad (KWh)	69'439,200	69'947,700
Vapor (BTU)	280'034,000	283'163,000

Reducciones de energía

Tipo de Energía	Reducciones en Julios o sus múltiplos 2013	Reducciones en Julios o sus múltiplos 2014
Eléctrica	216,000 Proyecto: Instalación de variadores de frecuencia	132,000 Proyecto: Instalación de motor alta eficiencia Compresor-4
Vapor	82'000,000 Proyecto: Retiro de cabezal de agua caliente líneas E-F	

Consumos de agua

2013 m ³	2014 m ³
273,638	286,845

Agua reciclada

El 29% del agua utilizada entra a procesos de reciclaje y reutilización

2013 m ³	2014 m ³
79,229	83,680

Energía

Tipo de combustible	2013	2014
Diésel (litros)	476	476
Gas (litros)	21,322	21,059
Combustóleo (litros)	315,775	105,933
Gas Natural (litros)	0	135,432,182

Tipo de energía	2013	2014
Electricidad (KWh)	5,113,887	4,806,743
Energía eléctrica (Kwh) / Ton Producción	749.77	725.42
Ton CO ₂ /Ton Producción	0.5944	0.5232
GJ (combustóleo ó Gas Natural) / Ton Producción	2.59	1.83

Reducciones de energía

Tipo de Energía	Reducciones en Julios o sus múltiplos 2013	Reducciones en Julios o sus múltiplos 2014
Eléctrica	306.66 Kwh	
Combustible	9 GJ	

Consumos de agua

2013 m ³	2014 m ³
11,188	9,881

Planta Bandag, León, Guanajuato

Planta Bridgestone Cuernavaca, Morelos

Emisiones de CO₂ – Alcance 1 (intensidad)

2013	2014
22,431.21	22,144.47

Emisiones de CO₂ – Alcance 2

2013	2014
31,592.13	31,823.48

Emisiones a la atmósfera

Gases	Cantidad en Kg o sus múltiplos 2013	Cantidad en Kg o sus múltiplos 2014
NOx	491,298	483,705
SOx	56,318	55,981
Compuestos orgánicos volátiles (COV)	346,482	486,016
Partículas	58	174

Residuos peligrosos y no peligrosos (2013)

Método de eliminación	Residuos peligrosos	Residuos no peligrosos	Total
Reutilización	0	588,364	588,364
Reciclaje	0	874,848	874,848
Vertedero	0	408,180	408,180
Confinamiento	6,740	0	6,740
Co-procesamiento	2,184,940	0	2,184,940
Total	2,191,680	1,871,392	4,063,072

Residuos peligrosos y no peligrosos (2014)

Método de eliminación	Residuos peligrosos	Residuos no peligrosos	Total
Reutilización	0	5,161,664	5,161,664
Reciclaje	0	938,897	938,897
Incineración	10	0	10
Vertedero	0	360,680	360,680
Confinamiento	11,430	0	11,430
Co-procesamiento	2,089,922	0	2,089,922
Total	2,101,362	6,461,241	8,562,603

Emisiones de CO₂ – Alcance 1 (intensidad)

2013	2014
3,299.39	2,790.53

Emisiones de CO₂ – Alcance 2

2013	2014
2,326.36	2,186.84

Emisiones a la atmósfera

Gases	Cantidad en Kg o sus múltiplos 2013	Cantidad en Kg o sus múltiplos 2014
NOx	1.66 Ton	2.03 Ton
SOx	0.85 Ton	0.19 Ton
Compuestos orgánicos volátiles (COV)	39.37 Ton	31.49 Ton
Partículas	0.22 Ton	1.89 Ton

Residuos peligrosos y no peligrosos (2013)

Método de eliminación	Residuos peligrosos	Residuos no peligrosos	Total
Reciclaje	7,100.00 Kg	282,111.90 Kg	289,211.90Kg
Incineración	1.3 Kg	0	1.3 Kg
Vertedero	-	5,196.7 Kg	5,196.7 Kg
Total	7,101.30 Kg	287,308.60 Kg	294,409.90 Kg

Residuos peligrosos y no peligrosos (2014)

Método de eliminación	Residuos peligrosos	Residuos no peligrosos	Total
Reciclaje	9,035.18 Kg	267,129.05 Kg	267,129.05 Kg
Incineración	3.8 Kg	0	3.8 Kg
Vertedero	-	2,823.60 Kg	2,823.60 Kg
Total	9,038.98 Kg	269,952.65 Kg	269,956.45 Kg

Planta Bridgestone Cuernavaca, Morelos

Mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios (2013)

Tema	Iniciativas	Productos y servicios que se benefician de estas iniciativas	Reducciones alcanzadas en
Consumo de materiales (p. ej., consumo de materiales no renovables, intensivos en energía, tóxicos)	Retiro de tuberías obsoletas del área de vulcanización y recuperación de condensados	Consumo de combustóleo (Fuel Oil N°6)	\$53,500Lts
Consumo de agua (p. ej., volúmenes empleados durante la producción o el uso)	Instalación de medidores de agua para monitoreo de consumo por áreas.	Consumo de agua	N/A
Emisiones (gases de efecto invernadero, emisiones tóxicas, sustancias que agotan el ozono)	Retiro de tuberías obsoletas del área de vulcanización y recuperación de condensados	Consumo de combustóleo (Fuel Oil N°6)	TCO ₂ e 157.65
Desechos (p. ej., materiales o compuestos tóxicos no recuperables)	Cambio de destino de cuerda de acero con hule de relleno sanitario a coprocesamiento en hornos de cemento	Dejar de enviar residuos a relleno sanitario	364,880kg

Mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios (2014)

Tema	Iniciativas	Productos y servicios que se benefician de estas iniciativas	Reducciones alcanzadas en
Consumo de materiales (p. ej., consumo de materiales no renovables, intensivos en energía, tóxicos)	Reducción de uso de Gasol vente	Emisiones de COVs	7800 kg
Consumo de agua (p. ej., volúmenes empleados durante la producción o el uso)	Captación y uso industrial de agua pluvial (Proyecto en análisis)	Reducción en la extracción de agua de pozos	50,000 m ³ de agua se dejarán de extraer de pozos
Emisiones (gases de efecto invernadero, emisiones tóxicas, sustancias que agotan el ozono)	Cambio de uso de combustible (Gas natural por combustóleo) (se termina proyecto en abril 2015)	Reducción de Emisiones de CO ₂	Se estima dejar de emitir 7000 toneladas de CO ₂ al término del primer año de uso de GN
Desechos (p. ej., materiales o compuestos tóxicos no recuperables)	Cambio de destino de lodos de planta de tratamiento de relleno sanitario a incineración en hornos de cemento	Dejar de enviar residuos a relleno sanitario	42,280 kg que no se envían a relleno sanitario

Planta Bandag, León, Guanajuato

Mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios (2013)

Tema	Iniciativas	Productos y servicios que se benefician de estas iniciativas	Reducciones alcanzadas en
Consumo de agua (p. ej., volúmenes empleados durante la producción o el uso)	Reparación de fugas. Mantenimiento a torres de enfriamiento.	Reducción en consumo de agua	14% con respecto a 2012
Emisiones (gases de efecto invernadero, emisiones tóxicas, sustancias que agotan el ozono)	Cambio de lámparas y motores de alta eficiencia	Reducción de CO ₂	1.54% con respecto a 2012
Desechos (p. ej., materiales o compuestos tóxicos no recuperables)	Incremento en el % de reciclaje	Mejora en reciclaje	0.51%

Mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios (2014)

Tema	Iniciativas	Productos y servicios que se benefician de estas iniciativas	Reducciones alcanzadas en
Consumo de agua (p. ej., volúmenes empleados durante la producción o el uso)	Reparación de fugas. Mantenimiento a torres de enfriamiento.	Reducción en consumo de agua	8% con respecto a 2013
Emisiones (gases de efecto invernadero, emisiones tóxicas, sustancias que agotan el ozono)	Cambio de combustóleo por gas natural	Reducción de CO ₂	12% con respecto a 2013
Desechos (p. ej., materiales o compuestos tóxicos no recuperables)	Incremento en el % de reciclaje	Mejora en reciclaje	1.09%

Indicadores sociales (Planta Bridgestone, Planta Bandag y Oficinas Corporativas).

Total de empleados capacitados por cada una de las categorías profesionales

Categorías profesionales	Total de empleados 2013	Horas de capacitación 2013	Promedio de horas de capacitación 2013	Total de empleados 2014	Horas de capacitación 2014	Promedio de horas de capacitación 2014
Puesto						
Directores y Presidente	8	204	25.5	7	258	37
Subdirectores, Gerentes	50	990	19.8	47	1,670	35.5
Jefes, Supervisores, Líderes y Coordinadores	168	4,354	25.9	173	5,438	31.4
Asistentes	9	115	12.7	8	381	47
Operativos sindicalizados						
Operativos no sindicalizados	246	3,537	14.3	247	7,503	30
Total	481	9,170	19	482	15,250	31.6

Número total de empleados capacitados por sexo

	Total de empleados 2013	Total de horas de capacitación 2013	Promedio de horas de capacitación 2013	Total de empleados 2014	Total de horas de capacitación 2014	Promedio de horas de capacitación 2014
Hombres	398	7,894	19.83	383	10,486	27.3
Mujeres	83	1,276	15.37	99	4,764	48.1
Total	481	9,170	19	482	15,250	31.6

Evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional por categoría profesional y sexo

Categorías profesionales	Porcentaje de hombres		Porcentaje de mujeres	
	2013	2014	2013	2014
Puesto				
Directores	100%	100%	100%	100%
Subdirectores, Gerentes o Representantes de área	100%	100%	100%	100%
Mandos Intermedios	100%	100%	100%	100%
Asistentes	100%	100%	100%	100%
Operativos sindicalizados				
Operativos no sindicalizados	100%	100%	100%	100%

Accidentes requirieron incapacidad por lesión

Días perdidos por enfermedades profesionales

	Mujeres	Hombres
	0	305
	0	209

Índice GRI

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES

Indicador & Descripción	Página / Respuesta Directa	Verificación Externa
ESTRATEGIA Y ANÁLISIS		
G4-1 Declaración del máximo responsable de la organización sobre la visión y estrategia de sustentabilidad de la organización.	6-7	
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN		
G4-3 Nombre de la organización.	Tercera de forros	
G4-4 Marcas, productos y servicios.	14-18	
G4-5 Lugar donde se encuentra la sede de la organización.	Tercera de forros	
G4-6 Países donde opera.	10, 12.13	
G4-7 Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica.	Se trata de una sociedad anónima de capital variable constituida conforme a las leyes de la república mexicana	
G4-8 Indique a qué mercados se sirve.	Mercado mexicano y exportación a los Estados Unidos	
G4-9 Determine la escala de la organización.	12	
G4-10 Principales datos sobre empleo.	12	
G4-11 Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.	60%	
G4-12 Describa la cadena de suministro de la organización.	62-65	
G4-13 Cambios significativos durante el periodo.	Ninguno	
G4-14 Indique cómo aborda la organización el principio de precaución.	6-7, 25, 29	
G4-15 Principios u otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental y social que la organización suscribe o ha adoptado.	Económicas: 42-45 Ambientales: 46-53 Sociales: 54-77	
G4-16 Asociaciones a las que pertenece	19	
ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA		
G4-17 Entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y si alguna no figuran en la memoria.	Figuran las dos: Bridgestone de México, S.A. de C.V. y Bandag de México	

Indicador & Descripción	Página / Respuesta Directa	Verificación Externa
G4-18 Proceso para determinar el contenido de la memoria	5, 78-81	
G4-19 Lista de aspectos materiales que se identificaron durante el proceso de definición del contenido de la memoria.	78-81	
G4-20 Indique la cobertura dentro de la organización de cada aspecto material	78-81	
G4-21 Indique la cobertura fuera de la organización de cada aspecto material	78-81	
G4-22 Describa las consecuencias de las reformulaciones de la información facilitada en memorias anteriores y sus causas.	Ninguna re expresión	
G4-23 Señale todo cambio significativo en el alcance y la cobertura de cada aspecto con respecto a memorias anteriores.	Ningún cambio	
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS		
G4-24 Lista de grupos de interés de la organización.	38-41	
G4-25 Bases para la identificación y selección de grupos de interés con los que trabaja	38-41	
G4-26 Enfoque de la organización sobre la participación de los grupos de interés, incluida la frecuencia, principales temas y preocupaciones y cómo la organización ha respondido a esos temas y preocupaciones claves.	38-41	
G4-27 Señale qué cuestiones y problemas clave han surgido a raíz de la participación de los grupos de interés y describa la evaluación hecha por la organización, entre otros aspectos mediante su memoria. Especifique qué grupos de interés plantearon cada uno de los temas y problemas clave.	38-41	
PERFIL DE LA MEMORIA		
G4-28 Periodo objeto de la memoria	5	
G4-29 Fecha de la última memoria	5	
G4-30 Ciclo de presentación de memorias	5	
G4-31 Facilite un punto de contacto para solventar las dudas que puedan surgir en relación con el contenido de la memoria.	5	
ÍNDICE GRI		
G4-32 Indique qué opción «de conformidad» con la Guía ha elegido la organización y facilite el Índice de GRI; así como verificación externa.	90-94	

Indicador & Descripción	Página / Respuesta Directa	Verificación Externa
VERIFICACIÓN		
G4-33 Política y las prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa de la memoria y demás descripciones solicitadas.	La organización decidió no contar con los servicios de un verificador externo.	
GOBIERNO		
Estructura de Gobierno y su Composición		
G4-34 Estructura de gobierno de la organización, sin olvidar los comités del órgano superior de gobierno. Indique qué comités son responsables de la toma de decisiones sobre cuestiones económicas, ambientales y sociales.	29	
Ética e integridad		
G4-56 Describa los valores, principios, estándares y normas de la organización, tales como códigos de conducta o códigos éticos.	8-9, 30-31	

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECIFICOS

Indicador & Descripción	Página / Respuesta Directa	Omisión	Verificación Externa
CATEGORÍA: ECONOMÍA			
Desempeño económico			
G4-EC1 Valor económico directo generado y distribuido.	35		
G4-EC8 Impactos económicos indirectos significativos y alcance de los mismos.	XX-XX?		
CATEGORÍA: MEDIO AMBIENTE			
Energía			
G4-EN1 Materiales por peso o volumen.	82-87		
G4-EN2 Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales reciclados.	82-87		
G4-EN3 Consumo energético interno.	82-87		
G4-EN6 Reducción del consumo energético.	82-87		

Indicador & Descripción	Página / Respuesta Directa	Omisión	Verificación Externa
Agua			
G4-EN8 Captación total de agua según la fuente.	82-87		
G4-EN10 Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	82-87		
Emisiones			
G4-EN15 Emisiones directas de gases de efecto invernadero (alcance 1).	82-87		
Efluentes y residuos			
G4-EN22 Vertido total de aguas, según su calidad y destino.	82-87		
Cumplimiento regulatorio			
G4-EN29 Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental.	Ninguna multa		
Transporte			
G4-EN30 Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.	82-87		
General			
G4-EN31 Desglose de los gastos y las inversiones ambientales.	\$ 657,830,123.00		
CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL			
SUBCATEGORÍA: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO			
Empleo			
G4-LA2 Prestaciones sociales para los empleados a jornada completa que no se ofrecen a los empleados temporales o a media jornada, desglosadas por ubicaciones significativas de actividad.	54-61	No estamos poniendo la división de colaboradores	
Salud y seguridad en el trabajo			
G4-LA5 Porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de seguridad y salud conjuntos para dirección y empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral.	25%		
Capacitación y educación			
G4-LA9 Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral.	88-89		

Indicador & Descripción	Página / Respuesta Directa	Omisión	Verificación Externa
G4-LA10 Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales.	88-89		
G4-LA11 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y por categoría profesional.	88-89		
SUBCATEGORÍA: SOCIEDAD			
Comunidades locales			
G4-S01 Porcentaje de centros donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.	54-61		
Lucha contra la corrupción			
G4-S04 Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción.	54-61		
G4-S05 Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas.	54-61		
Prácticas de competencia desleal			
G4-S07 Número de demandas por competencia desleal, prácticas monopolísticas o contra la libre competencia y resultado de las mismas.	Ninguna demanda		
Cumplimiento regulatorio			
G4-S08 Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa.	Ninguna multa		
Evaluación de la repercusión social de los proveedores			
G4-S09 Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relacionados con la repercusión social.	54-61		
SUBCATEGORÍA: RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS			
Comunicaciones de mercadotecnia			
G4-PR6 Venta de productos prohibidos o en litigio.	Ninguno		
G4-PR7 Número de casos de incumplimiento de las normativas y los códigos voluntarios relativos a las comunicaciones de mercadotecnia, entre otras la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	Ninguno		

Bridgestone de México promueve el desarrollo de las comunidades en las que opera con el firme propósito de mejorar la calidad de vida de las personas. Esta forma de entender el negocio se materializa en su modelo de sustentabilidad basado en la búsqueda permanente del equilibrio económico, social, ético y ambiental.

Impulsando el desarrollo y el movimiento sustentable.



www.bridgestone.com.mx

Bridgestone de México S.A. de C.V.
 Juan Vázquez de Mella No. 481. Col. Los Morales; Polanco.
 C.P. 11510, Miguel Hidalgo, D.F., México.
 Tel: 5626 6600



Informe de Sustentabilidad 2014