



**UNIÓN Y COMPROMISO
SOSTENIBLE**

Índice de contenido



Carta del **Presidente** 02



Perfil de la **empresa** 06



Modelo de **negocio** 14



Gestión de la **sostenibilidad** 16

- Modelo de sostenibilidad
- Asuntos materiales



Bridgestone **México** 20

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



Gobierno **corporativo** 34

- Gestión de riesgo
- Ética



Prácticas **laborales** 40

- Colaboradores
- Salud y seguridad
- Capacitación
- Evaluación de desempeño
- Prestaciones
- Reconocimiento del talento
- Retención y desarrollo del talento
- Equilibrio entre vida personal y laboral



Atención al **cliente** 52

- Ventas



Prácticas justas **de operación** 56

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



Apoyo y vinculación con la **comunidad** 64

- Voluntariado
 - Seguridad Vial
 - Medio ambiente
 - Comunidad



Medio **ambiente** 74

- Planta Cuernavaca
- Planta Bandag-León



Derechos **Humanos** 84

Sobre este **informe** 88



Las ventas regionales ascendieron a los

\$801,831

millones de dólares.

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

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

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

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

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

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

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

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



Mensaje del Presidente

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

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

En 2015 se logró reunir el trabajo de



1,448 colaboradores de toda la región, sumando



9,420 horas de voluntariado.

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

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

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

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

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

Cordialmente,

Dr. Daniel Benvenuti

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





Perfil de la empresa



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

The Bridgestone Essence

LA ESENCIA BRIDGESTONE

Mission
Misión

Serving Society with Superior Quality
Servir a la sociedad con calidad superior

Foundation
Fundamentos

Seijitsu-Kyocho
[Integrity and Teamwork]
[Integridad y trabajo en equipo]

Shinshu-Dokuso
[Creative Pioneering]
[Innovación]

Genbutsu-Genba
[Decision-Making Based on Verified, On-Site Observations]
[Toma de decisiones basadas en observaciones verificadas en el terreno]

Jukuryo-Danko
[Decisive Action after Thorough Planning]
[Acción decisiva después de una cuidadosa planificación]

BRIDGESTONE

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

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



Capitalización

¥ 126,354 millones (JPY)



Sede corporativa en Japón

4 sedes regionales:

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



Empleados

- Directos: **144,303**
- Indirectos: **13,843**



Ventas anuales

¥ 37,902 millones (JPY)



166 plantas en total

(Llantas, materia prima, productos diversificados)

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



Presencia en 26 países

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

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

Principales productos y servicios

Neumáticos	Ofrece una amplia gama de neumáticos para automóviles, camiones, autobuses, aeronaves, vehículos de construcción y minería, motocicletas, etc.
Productos diversificados	Fabrica y comercializa productos de hule y otros artículos diversificados. Muchos de estos se utilizan en una gran variedad de aplicaciones de uso diario, ayudando a enriquecer distintas industrias.
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 en el mundo.

Código de Conducta

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

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

Comité de Crisis Bridgestone Latinoamérica Norte BS - LAN

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

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

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

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

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





Misiones

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

Ambiental

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

Declaración de Misión Ambiental de Bridgestone

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

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

Por lo tanto, nos centramos en tres objetivos.



En armonía con la naturaleza

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



Valorar los recursos naturales

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



Reducir las emisiones de 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.



Declaración de la Misión de Calidad

Crear Valor y Confianza para el Cliente

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



Los líderes empoderan a la organización para innovar y promover TQM



Calidad

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

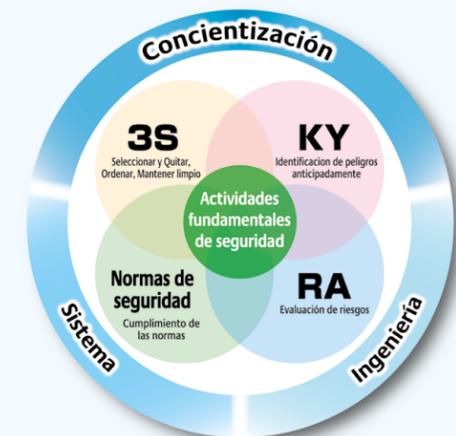
Seguridad

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

Declaración de la Misión de Seguridad

La seguridad es lo primero, siempre

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



Nos enfocamos orgullosamente en alcanzar la seguridad perfecta.

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



Panorama Económico 2015 y Retos 2016

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

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

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

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

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

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

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





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

Modelo de negocio





Gestión de la **sostenibilidad**



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

Con estos pilares Bridgestone busca:

Movilidad

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

Gente

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

Medio ambiente

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

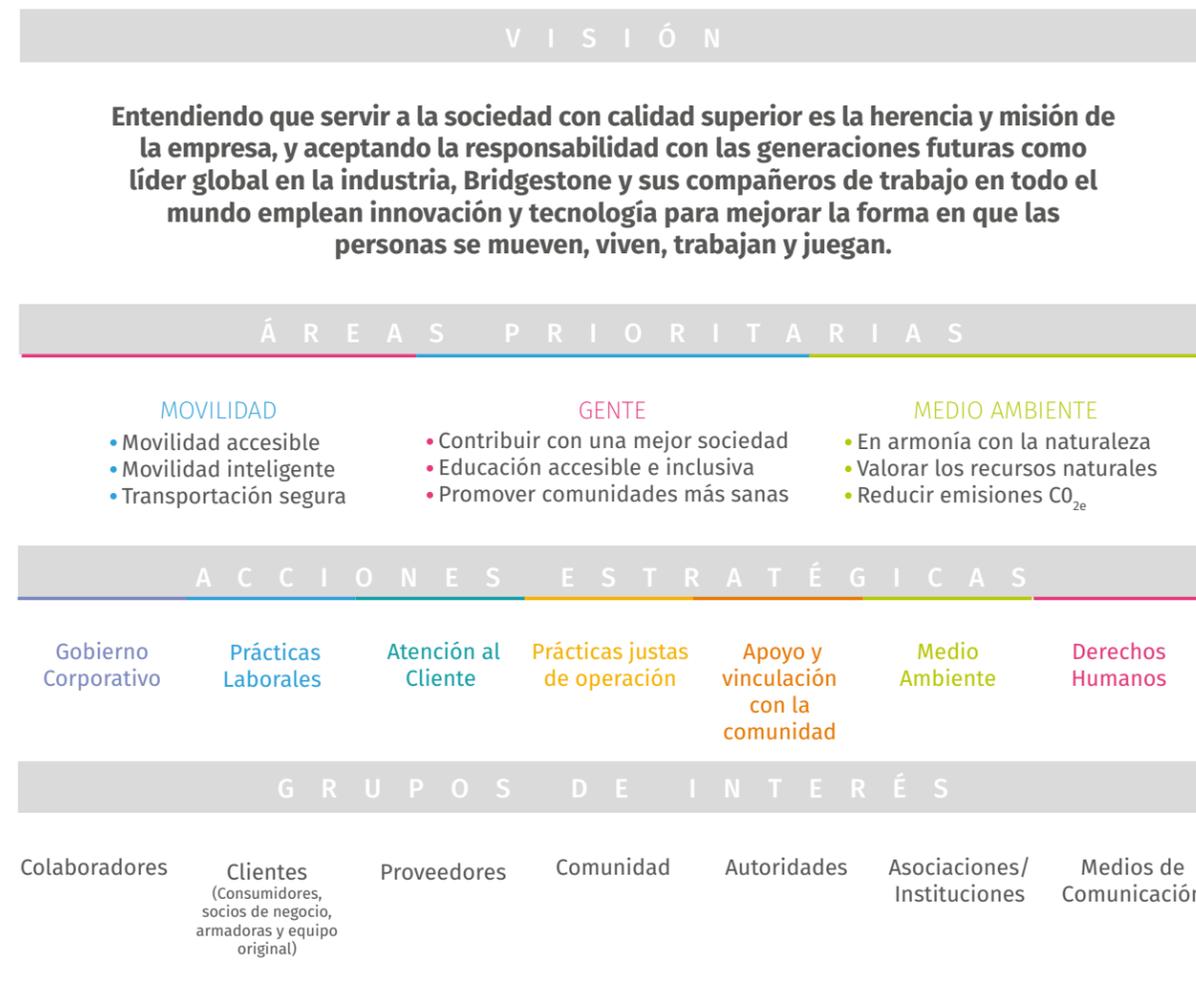
Con el fin de reforzar esta visión de sostenibilidad y permear su importancia en toda la región, en 2015, se fortalece el área de Comunicación Corporativa y Responsabilidad Social para la región de Bridgestone Latinoamérica Norte, como una herramienta clave para impulsar acciones y resultados concretos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

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



Responsabilidad Social

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



Asuntos materiales

En Bridgestone se aplica la metodología del Global Reporting Initiative para el desarrollo de los informes de sostenibilidad. Por ello en 2014, tanto en México como Costa Rica, se delimitaron aquellos asuntos o temas prioritarios para la sostenibilidad de la empresa; es decir, los asuntos materiales para ser reportados en los informes de cada país. En el caso de México, se realizó por medio de un estudio de materialidad.

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

Asuntos relevantes para Bridgestone México	Grupo de interés al que atañe	Cobertura (interna y externa)
Canales de comunicación efectivos	Todos	Interna
Adhesión al cumplimiento	Todos	Interna
Calidad y seguridad en neumáticos	Clientes, consumidores	Interna
Responder eficientemente a las necesidades de las armadoras	Clientes	Interna
Innovación	Inversionistas	Interna
Compras responsables	Proveedores	Interna
Consumo de energía	Comunidad	Interna
Reducir la huella de carbono (mitigación y adaptación al cambio climático)	Comunidad	Interna
Uso del agua	Comunidad	Interna
Reciclaje y confinamiento de materias primas	Comunidad	Interna
Seguridad y salud de los colaboradores	Colaboradores	Interna
Desarrollo y formación de colaboradores	Colaboradores	Interna
Apoyo a la comunidad (inversión social)	Comunidad	Interna
Recuperación de neumáticos de desecho	Comunidad	Interna
Educación y toma de conciencia en la sociedad sobre seguridad vial	Comunidad	Interna

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





Bridgestone México cuenta con un total de 1,425 colaboradores. En su planta de fabricación de neumáticos localizada en Cuernavaca, Morelos se producen 20,540 neumáticos por día, sumando en 2015 un total de 6,822,155 unidades. Por otra parte, sus ventas ascendieron a \$539,879 millones de dólares.

Historia

Las raíces de Bridgestone en México se remontan a 1937 con la creación de la Compañía Hulera El Centenario; la cual fue adquirida por The Firestone Tire & Rubber Company. 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 en México adoptó su denominación actual como Bridgestone de México, S.A. de C.V.

Tras casi ocho décadas de operación, en 2015 Bridgestone México celebró la producción de la llanta 100 millones en su planta de Cuernavaca, Morelos. Con esta cifra, la compañía se posicionó como líder indiscutible en la producción y venta de neumáticos en México.

Bridgestone México

Se crea la compañía "Hulera El Centenario", la cual se dedicó inicialmente a la fabricación de artículos de hule y al renovado de llantas.

"Hulera El Centenario" cambió a "Firestone el Centenario, S.A."

Bridgestone adquirió Firestone, por lo que "Firestone El Centenario" se convirtió en "Bridgestone Firestone de México, S.A. de C.V."

Creación de la nueva unidad de negocios que reúne la gestión de las operaciones de México, Costa Rica, Centroamérica y el Caribe, Colombia y Ecuador, **Bridgestone Latinoamérica Norte, BS-LAN.**

1937

1958

1964

1978

1988

2008

2015

The Firestone Tire & Rubber Co. adquirió "Hulera El Centenario", produciéndose por primera vez en México la llanta Firestone.

"Firestone El Centenario" se colocó en el mercado accionario mexicano con el 51% de su capital social.

Bridgestone Corporation y su unidad de negocios en América, *Bridgestone Americas Tire Operations* (BATO), denominaron a Bridgestone como único nombre corporativo para el grupo de empresas a nivel global. La empresa en México adquirió entonces su nombre actual: Bridgestone de México.

Historia de Bandag

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

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 en el 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 con el cuidado ambiental.

Cifras relevantes



Sede corporativa y planta(s)

Ciudad de México, en México.

- Una planta para la fabricación de neumáticos localizada en Cuernavaca, Morelos.
- Una planta para la fabricación de materiales para renovado ubicada en León, Guanajuato.



Puntos de venta

598



Total de empleados (mujeres/hombres).

1,425

(99 mujeres y 1,326 hombres).



Ventas 2015

\$539,879 millones de dólares.



Fabricación de neumáticos por día

20,540 neumáticos.



Producción total

6,822,155 neumáticos.



Valor económico

(generado, distribuido y retenido).

- **Generado:** \$649 millones de dólares.
- **Distribuido:** \$119 millones de dólares.
- **Retenido:** \$530 millones de dólares.



Horas de voluntariado y total de participantes

- 4,194 horas.
- 953 voluntarios.



Horas promedio de capacitación por empleado capacitado

60 horas.



Total de emisiones (CO_{2e}) generadas

53,675.98 t CO_{2e}





Productos y servicios

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. Estas brindan seguridad y eficiencia de combustible a un precio muy competitivo.

Actualmente, Bridgestone equipa diversos vehículos de pasajeros y camionetas para armadoras como Honda, Toyota, Nissan, General Motors, Chrysler y Volkswagen; compañías a las que surte neumáticos para equipo original (y 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 reemplazo a más de 120 cuentas nacionales.

Para los segmentos agrícola, industrial y fuera de carretera, cuenta con clientes en equipo original como Industrias John Deere y New Holland; mientras que el mercado para reemplazo, atiende la red más grande de distribuidores y trabaja con empresas como Neumáticos Muevetierra, Comercial Llantera Tapatía, Tírex Agroneumáticos, y Llantas y Refacciones Agrícolas.

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 ya que evita que cientos de estos sean arrojados a los ríos o basureros. Asimismo, representa un apoyo económico porque reduce los costos de manera importante.

Neumáticos

Neumáticos y cámaras para automóviles, camioneta, camión, autobús, vehículos de construcción y minería, maquinaria industrial y agrícola, motocicletas, scooters, materiales de renovado y servicios, mantenimiento y reparación de automóviles.

Productos de golf

Bridgestone México comercializa una amplia gama de pelotas y palos de golf, además de diversos accesorios y ropa deportiva. Aunado a esto, ha brindado apoyo a grandes deportistas mexicanos y ha participado en torneos de alto prestigio en el país, como el Abierto Mexicano de Golf y la *Bridgestone America's Golf Cup*, entre otros.

Neumáticos para moto

Bridgestone comercializa neumáticos para los circuitos de carreras de motociclismo 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.

Mercado

Bridgestone México tiene como mercado único a la República Mexicana. Dentro de sus divisiones se encuentran el sector automóviles, camioneta, camión, agrícola e industrial, productos diversificados y golf, tiendas propias y franquicias. Cuenta con distintivos tipos de clientes que van desde directos y asociados, cuentas corporativas, equipo original; así como cuentas nacionales y clientes finales.



Grupos de interés

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

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





Continuo



Según necesidades



Continuo o según necesidades

Grupo de interés	Expectativa	Respuesta	Canales de comunicación	Frecuencia de contacto
 Colaboradores	<ul style="list-style-type: none"> Un mejor lugar para trabajar 	<ul style="list-style-type: none"> Participación en la encuesta <i>Great Place to Work</i> Campañas de seguimiento a resultados en Clima Organizacional 	<ul style="list-style-type: none"> Reuniones 	
	<ul style="list-style-type: none"> Atracción y retención del talento 	<ul style="list-style-type: none"> <i>Bridgestone Group Awards</i> Sistema 1A y 2S <i>My Success Factor</i> 		
 Colaboradores	<ul style="list-style-type: none"> Planes de carrera 	<ul style="list-style-type: none"> Comunicación de competencias <i>Talent 9Box Grid</i> Plan de Desarrollo individual 	<ul style="list-style-type: none"> Revista interna / Pantallas 	
	<ul style="list-style-type: none"> Formación y desarrollo profesional 	<ul style="list-style-type: none"> Torneos y eventos culturales y deportivos Semana de la salud 		
	<ul style="list-style-type: none"> Diversidad e igualdad de oportunidades 	<ul style="list-style-type: none"> Compensaciones (<i>Key Flex</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> Intranet / Correo electrónico 	
	<ul style="list-style-type: none"> Seguridad y salud laboral 	<ul style="list-style-type: none"> Open House Mejora continua en salud y seguridad 		
 Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> Compensación y beneficios 	<ul style="list-style-type: none"> Salario Base Vacaciones Vales de despensa (compensaciones garantizadas) Aguinaldo (compensaciones garantizadas) Fondo de ahorro (compensaciones garantizadas) Prima vacacional (compensaciones garantizadas) PTU (compensaciones variables) Bono de desempeño (compensaciones variables) Comedor (compensaciones variables) IMSS (compensaciones variables) Sala de lactancia en Oficinas Corporativas 	<ul style="list-style-type: none"> Encuesta de clima laboral 	
	<ul style="list-style-type: none"> Integración entre equipos de trabajo y objetivos de la empresa 	<ul style="list-style-type: none"> Actividades deportivas Bridgestone (boliche, fútbol, etc.) Verano Bridgestone 		
 Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> Prácticas comerciales equitativas 	<ul style="list-style-type: none"> Apoyos para la obtención del Distintivo ESR 	<ul style="list-style-type: none"> Reuniones 	
	<ul style="list-style-type: none"> Competencia justa 	<ul style="list-style-type: none"> Asesoría 	<ul style="list-style-type: none"> Auditorías 	
 Asociaciones/Instituciones	<ul style="list-style-type: none"> Responsabilidad en el abasto 	<ul style="list-style-type: none"> Lineamientos para el abasto responsable 	<ul style="list-style-type: none"> Encuestas 	
	<ul style="list-style-type: none"> Reconocimiento 	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de proveedores Premio a proveedores 	<ul style="list-style-type: none"> Eventos 	
 Asociaciones/Instituciones	<ul style="list-style-type: none"> Financiamiento 	<ul style="list-style-type: none"> Apoyos económicos – Donativos 	<ul style="list-style-type: none"> Reuniones 	
	<ul style="list-style-type: none"> Alianzas para promover mejor calidad de vida 	<ul style="list-style-type: none"> Alianzas en programas Invitaciones a conocer y evaluar el desempeño sustentable 	<ul style="list-style-type: none"> Eventos - Vía telefónica - Correo electrónico 	

Grupo de interés	Expectativa	Respuesta	Canales de comunicación	Frecuencia de contacto	
 Armadoras (Equipo original)	<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 		
	 Socios de Negocios (Distribuidores)	<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 Eventos y exposiciones Sesiones Encuentros anuales Auditorías 	
	 Consumidor final	<ul style="list-style-type: none"> Precio vs Calidad Seguridad en los neumáticos Atención y seguimientos a sus necesidades Información sobre el cuidado de los neumáticos 	<ul style="list-style-type: none"> Diversas promociones durante el año Garantías en neumáticos Campañas de sensibilización para medir la presión de los neumáticos y recomendaciones de seguridad al conducir Reconocimientos a su lealtad Programa Club de Transportistas Oferta de valor diversificada 	<ul style="list-style-type: none"> Encuestas de satisfacción 01 800 – Centro de atención a clientes Estudios de mercado Redes sociales Campañas Patrocinios 	
 Comunidad	<ul style="list-style-type: none"> Apoyos sociales 	<ul style="list-style-type: none"> Programa formal en Voluntariado Corporativo Estratégico Campaña Piensa Antes de Conducir Programas para Universitarios Campaña Piensa Antes de Conducir Kids 	<ul style="list-style-type: none"> Reuniones - Jornadas 		
	<ul style="list-style-type: none"> Conciencia vial y conducción segura 	<ul style="list-style-type: none"> Operativos viales en Semana Santa Por una Conducción más Ecológica Campaña Seguro Llegas para Transportistas 			
	<ul style="list-style-type: none"> Voluntariado Donaciones 	<ul style="list-style-type: none"> Actividades ambientales Programa LlantaTón Donación de sillas de ruedas Donación en especie ante desastres naturales Donación de juguetes en Navidad 	<ul style="list-style-type: none"> Correo - Vía telefónica 		
 Autoridades	<ul style="list-style-type: none"> Cumplimiento a la normatividad Generar alianzas para el desarrollo 	<ul style="list-style-type: none"> Monitoreo y aplicación de las normativas inherentes a la operación del negocio en el país Rehabilitación de espacios públicos Decenio por la seguridad vial 	<ul style="list-style-type: none"> Reuniones y participación en asociaciones e iniciativas del sector Eventos - Correo electrónico - Vía telefónica 		
	 Medios de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> Información clara y veraz Datos relevantes para sus publicaciones Entrevistas Publirreportajes Temas coyunturales 	<ul style="list-style-type: none"> Atención y envío de información ante cualquier iniciativa o campaña Presentación de informes periódicos Gestión de boletines de prensa Entrevistas Participación en asociaciones y ranking del sector 	<ul style="list-style-type: none"> Correo electrónico Eventos Conferencias de prensa Vía telefónica o presencial Entrevistas, reuniones y resolución de cuestionarios 	

Premios y certificaciones

Premios:



- **Great Place to Work.** Reconocimiento recibido (2015) en la categoría de 500 a 5 mil colaboradores y multinacionales para Bridgestone de México (posición 63) y Bandag de México (posición 75).



- **Empresa Socialmente Responsable (ESR):** Bridgestone de México recibe este distintivo por décimo año (2015-2016) por Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi).

Bandag de México S.A. de C.V. lo obtuvo por tercer año consecutivo. (2015-2016) por Cemefi.

- **Empresa Promotora de la Cadena de Valor- ESR*:** Bridgestone México recibe el reconocimiento en 2016 por parte de Cemefi



- **Superbrands:** por sexto año consecutivo Bridgestone México recibió este distintivo por el Consejo Mexicano de Marcas.

- **Premio Estatal de Ahorro de Energía Morelos:** por cuarta ocasión, la Planta Cuernavaca de Bridgestone México recibe este premio por parte del gobierno de Morelos.



- **Empresa Familiarmente Responsable:** reconocimiento otorgado por la Secretaría del Trabajo y Previsión Social.

- **Outstanding Quality Award Winners:** la Planta de Cuernavaca fue galardonada por FCA (FIAT CHRYSLER AUTOMOBILES).

- **Green Excellence Recognition:** la Planta de Cuernavaca fue galardonada por Honda.

Certificaciones:

- **Certificación Ambiental Empresa Limpia 2015:** este reconocimiento fue otorgado a Bandag por la Procuraduría Ambiental y de Ordenamiento Territorial del Estado de Guanajuato.
- **Reconocimiento RETC 2015:** reconoció el Instituto de Ecología del Estado (IEE) de Guanajuato.
- **Reconocimiento IEE:** Bandag fue reconocida por el Instituto de Ecología del Estado de Guanajuato (IEE).
- **ISO/TS 16949.** Sistema de Gestión de Calidad de especificación de equipo original y almacenaje.
- **ISO 14001.** Sistema de Gestión Ambiental que establece estrictos requisitos para el desarrollo de un método de gestión eficaz en apoyo de las políticas de la organización.
- **Certificación Carbono Neutral:** otorgada por el Ayuntamiento de León a la planta de renovado Bandag.

*El reconocimiento se otorga a las empresas que patrocinan la vinculación de su cadena de valor al Distintivo ESR. Por segundo año consecutivo Distribuidora de Aceites Mexicanos ACEIMEX S.A. de C.V. proveedor de Bridgestone México obtuvo su Distintivo ESR.





Desempeño en la **sostenibilidad**



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

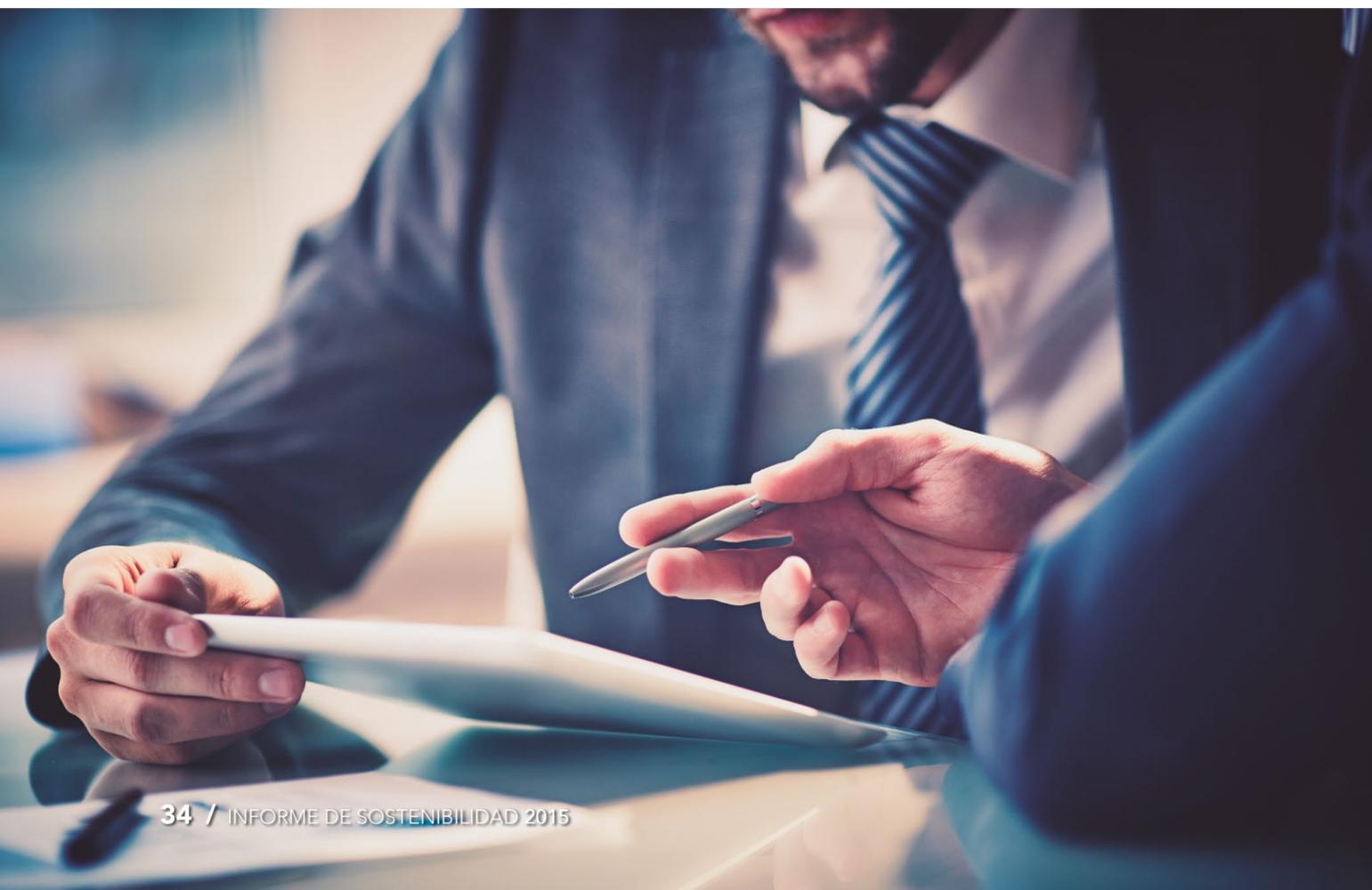
Dichas acciones se enmarcan en siete grandes temáticas: Gobierno Corporativo, Prácticas Laborales, Atención al Cliente, Prácticas Justas de Operación, Apoyo y Vinculación con la Comunidad, Medio Ambiente y Derechos Humanos.

Gobierno corporativo	34
Prácticas laborales	40
Atención al cliente	52
Prácticas justas de operación	56
Apoyo y vinculación con la comunidad	64
Medio ambiente	74
Derechos Humanos	84



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

Gobierno corporativo



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

Bridgestone México sigue los lineamientos que establece la Ley General de Sociedades Mercantiles, que prevé la existencia de la Asamblea de Accionistas y la de un órgano de administración denominado Consejo de Administración. Ambos ejercen sus funciones de acuerdo con los términos de la Ley.

El Presidente y Director General es el principal responsable de la gestión y de la estrategia del negocio, y el *Country Manager* 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.



Se creó la nueva unidad de negocios

Bridgestone Latinoamérica Norte, BS-LAN.



64% de los colaboradores recibieron cursos y evaluaciones en temas de ética y cumplimiento.



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



Se incluyeron cláusulas del **Código de Conducta** en los contratos con proveedores.

El equipo directivo es el encargado 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 con 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, se consolida un robusto gobierno corporativo.

Gestión de riesgo

En pro de la sostenibilidad del negocio, Bridgestone México cuenta con diversas herramientas para la previsión y gestión de los riesgos inherentes a la operación de la empresa, entre los más sobresalientes se encuentran:

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

Centro de Entrenamiento en Seguridad (CES). Brinda 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. Integrado por un Comité de Crisis a nivel regional y un Comité de Emergencia en cada una de las localidades.

Ética

Bajo la convicción de actuar con integridad y de trabajar continuamente por construir relaciones de confianza con todos las partes interesadas, Bridgestone México ayuda a lograr la sostenibilidad del negocio y a diferenciarse en el mercado a través de sus prácticas éticas:

- Exitosa implementación de la Semana de la Ética, capacitando a los asociados de las Oficinas Corporativas en Palmas, del almacén en Cuautitlán y de la Planta en Cuernavaca.
- Capacitación en materia de ética y cumplimiento a todos los nuevos ingresos.
- En el marco de la Semana de la Ética se llevaron a cabo diversas sesiones de capacitación para compartir información sobre temas relacionados con la ética y la seguridad, con 242 participantes.

- Durante noviembre, también se llevaron a cabo capacitaciones dirigidas a los asociados para difundir la política y procedimiento de Protección de la Información Confidencial con un total de 145 beneficiarios.

La empresa se rige por el Código de Conducta y el sistema *Bridgestone Americas Compliance Center* (BACC). Durante el 2015 se impartieron cursos y capacitaciones referentes a este sistema con temáticas de conflictos de interés, leyes de competencia, patentes y seguridad informática.



Comité de Ética

El Comité de Ética de Bridgestone México 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 con incumplimientos de los lineamientos establecidos en cualquier política o procedimiento de la empresa.

Las actividades más importantes del Comité de Ética son el Desarrollo de Materiales para la recepción, análisis y seguimiento de las denuncias recibidas.

Las áreas representadas en el Comité de Ética son: Nóminas e Impuestos, Cuentas Corporativas, Desarrollo de Capital Humano, Relaciones Laborales, Auditoría, Legal, Manufactura, Compras, Seguridad e Higiene y Medio Ambiente de plantas y Contabilidad.





Código de Conducta

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

Se incluyeron cláusulas del Código de Conducta en los contratos con proveedores y se creó un boletín informativo en coordinación con el área de Comunicación Interna de la dirección de Recursos Humanos. Se incorporó también la temática en las pláticas de inducción y en el programa de capacitación por *e-learning*, así como una declaratoria de cumplimiento de normativas por parte de los líderes de la empresa (gerencias y jefaturas).

Para su difusión, el Código de Conducta fue distribuido a todos los empleados y para su conocimiento y reforzamiento se realizaron 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 Americas*.

Se llevaron a cabo las pláticas durante la Semana de la Ética y se continuó considerando el tema como parte de los procesos de familiarización (nuevos ingresos) con temáticas como la difusión de la política y procedimiento de protección de la información confidencial. Además, en noviembre se lanzó la edición 2015/2016 de los Cursos BACC que incluyeron:

1. Informática y seguridad de la información.
2. Patentes, marcas, derechos de autor y secretos comerciales.
3. Conflicto de intereses.
4. Leyes de competencia global.

Mecanismos de denuncia

Se establecieron diversos canales de comunicación que permiten a los colaboradores denunciar problemas o incumplimientos del Código de Conducta. Las denuncias realizadas de manera confidencial, además de servir para reportar casos, están enfocadas en atender inquietudes de dilemas éticos y responder dudas acerca del cumplimiento de las políticas corporativas.

Dentro de los mecanismos de denuncia, los colaboradores cuentan con:

- Denuncias vía electrónica al correo ComitedeEticaMX@la-bridgestone.com.
- Denuncias vía telefónica a la extensión *333.
- Línea de denuncia internacional al teléfono 001-888-243-8072 o en la extensión *123.
- O acercándose directamente con algún miembro del Comité de Ética local.

En 2015 se presentaron dos denuncias, una vía correo electrónico y una vía telefónica.



Capacitación en Código de Conducta

En 2015, como parte de los esfuerzos de Bridgestone de México, se capacitó al 64% de los colaboradores sobre el Código de Conducta. En las sesiones se impartieron cursos y evaluaciones en temas de ética y cumplimiento.





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



7% del personal son **mujeres** y **919** colaboradores tienen **contrato colectivo** de trabajo.



El **índice de rotación** fue del **5%**



46 nuevas contrataciones en 2015.

Prácticas laborales

Colaboradores

En 2015 la plantilla laboral de Bridgestone México estuvo conformada por 1,425 colaboradores (99 mujeres y 1,326 hombres).

El 42% de los colaboradores se encuentra entre los 31 y 40 años de edad, siendo la categoría con mayor representación para hombres y mujeres dentro de la empresa. Durante el 2015, Bridgestone México tuvo 46 nuevas contrataciones de hombres y 16 de mujeres. Del total de la plantilla, 919 colaboradores están cubiertos por convenios colectivos, lo que representa el 64% de la plantilla. El porcentaje de rotación del 2015 fue del 5%.

	2015	Total de empleados
<p>99 Mujeres</p>	Menores de 25 años de edad	2
	Entre 25 y 30 años de edad	39
	Entre 31 y 40 años de edad	43
	Entre 41 y 50 años de edad	13
	Más de 51 años de edad	2
<p>1,326 Hombres</p>	Menores de 25 años de edad	65
	Entre 25 y 30 años de edad	268
	Entre 31 y 40 años de edad	554
	Entre 41 y 50 años de edad	287
	Más de 51 años de edad	152



Salud y seguridad

Bridgestone México promueve la seguridad como elemento indispensable dentro de la empresa, por lo que diariamente se esfuerza por brindar a sus colaboradores un entorno de trabajo seguro y saludable.

Durante el 2015 se consolidó el Comité Multidisciplinario de Salud, en el cual se brindó evaluación ética y científica de las causas y eventos que se encuentran alrededor de un riesgo de trabajo bajo la estructura multidisciplinaria de la empresa. Esto permitió que no se imputaran accidentes y/o enfermedades y generó acciones para evitar futuros riesgos de trabajo.

El porcentaje de la plantilla de colaboradores que tienen representación en los comités formales de seguridad y salud en conjunto es del 50%.

Bridgestone se apega a las medidas de la Agencia OSHA. En 2015, en la Planta Cuernavaca se presentó una tasa de lesiones del 1.83% y un reporte de 9.7% de enfermedades profesionales. Se reportó una tasa de ausentismo del 3.41% del total de colaboradores. El número de accidentes reportados fue de 19 y el total de días perdidos por enfermedad de 4,270 para los hombres y 40 para las mujeres.

En la Planta de Bandag en León, durante el 2015 se reportó un accidente de un colaborador interno, dando una tasa de ausentismo del 0.006% del total de los colaboradores. Los días perdidos por enfermedad fueron 127 para los hombres y ningún día para las mujeres.

 Se redujo el **índice de ausentismo por accidentes.**

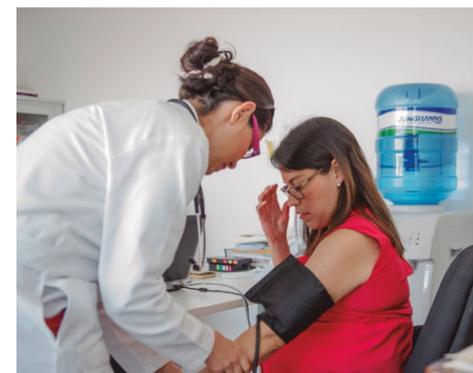
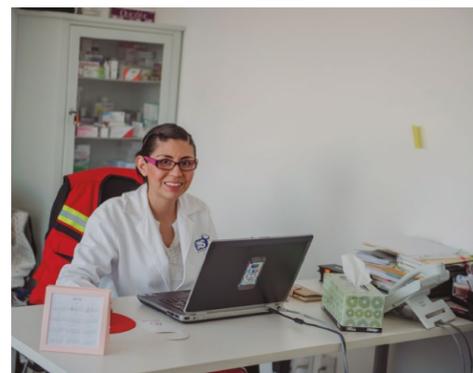
Los acuerdos formales que tiene Bridgestone México con los sindicatos cubren el cumplimiento de las normas de la Organización Internacional del Trabajo, el uso de equipos de protección, los comités de salud y seguridad en conjunto para la dirección y los empleados, la participación de representantes de los trabajadores en las inspecciones, auditorías e investigaciones de accidentes relacionados con la salud y la seguridad, así como la capacitación y educación a sus colaboradores y mecanismos de reclamación.

 Se consolidó el **Comité Multidisciplinario de Salud.**

Semana de la salud

Promoción a la salud de los trabajadores a través de proveedores que ofertaron los siguientes servicios en dos de nuestras sedes (Oficinas Generales y APT Cuautitlán):

Proveedor	Tema y objetivo	Participantes
IMSS	PrevenIMSS en las empresas, detección de Glucosa, colesterol, Peso, Talla, IMC, Detección Cáncer de Mama y Cérvico uterino	100
Salud Visual	Diagnóstico de agudeza visual	50
Dental Implant Center	Check up dental	40
	Plática "Principales enfermedades de la cavidad bucal"	20
Campaña de salud visual	Plática "Problemas en los ojos al ocupar la computadora y medidas de prevención"	30
Masajes	Masajes anti estrés a los trabajadores	12
PAE	Plática "Manejo del estrés en el trabajo", "Administración del tiempo" y "Mi cuerpo espejo de mi estrés"	20
Nutrición Activa	Plática "Cuida tus niveles de insulina"	20
Torre Medica ABC	Plática "VPH e infecciones vaginales"	20
Allen Carr's	Plática para dejar de fumar,	20
MSD	Plática "VPH, difusión de la vacuna Gardasil"	20
Dolorfin	Plática de "Subluxación y estrés" e "Higiene de columna"	20
	Masaje anti estrés, scanner de pies.	20
Clínica de Manejo de Imagen Corporal (Médica Sur)	Plática "Cuidados de la piel y Foto protección"	20
Podólogo	Plática "cuidado de los pies" y valoración al personal.	32
Nutrición	Plática "nutrición " y valoración al personal	32
TOTAL de eventos 16		TOTAL personas 476





La categoría profesional con mayor promedio de horas de capacitación fue la de Mandos Intermedios con 69 horas promedio, seguida por operativos sindicalizados con 63 horas promedio. El total de cursos impartidos fue de 236, resultando 84,262 horas de capacitación con una inversión anual de \$592,460 dólares, y un promedio de inversión por colaborador capacitado de \$22 dólares.



\$592,460 dólares de inversión en capacitación,
84,262 horas en el año y
60 horas promedio de formación por empleado capacitado



Capacitación

Para Bridgestone México la importancia de la capacitación del personal radica en su objetivo de mejorar los conocimientos y competencias de quienes integran su empresa. Es a través de sus colaboradores, ideas, proyectos, capacidades y trabajo, como se desarrolla y crece la empresa.

En 2015, el 99% de los colaboradores recibió capacitación. De los colaboradores capacitados, el total de horas de capacitación para las mujeres fue de 8,056.5 horas y para los hombres fue de 76,205.5 horas. El promedio de horas de capacitación para mujeres fue de 80 horas y para los hombres fue de 58, dando un promedio de 60 horas por colaborador capacitado.



99% del personal recibió algún tipo de capacitación.

	Total de empleados 2015	Total de horas de capacitación 2015	Promedio de horas de capacitación 2015
 Hombres	1,305	76,205.5	58
 Mujeres	100	8,056.5	80
Total	1,405	84,262	60

Categorías profesionales	Total de empleados 2015	Total de horas de capacitación 2015	Promedio de horas de capacitación 2015
Directores	6	358	60
Subdirectores, Gerentes o Representantes de área	50	3,015	60
Mandos Intermedios	134	9,302	69
Profesionales	284	14,393	50
Asistentes	6	258	43
Operativos sindicalizados	897	56,749	63
Otros	28	187	6
Total	1,405	84,262	60



Evaluación de desempeño

Para cualquier empresa que quiera superar la calidad de su producto, es fundamental contar con empleados productivos y comprometidos con la misma. Por esta razón, Bridgestone ha creado una herramienta que le permite reconocer el talento y el buen desempeño de sus asociados base (personal sindicalizado).

Justo al Blanco Sistema de Evaluación de Desempeño

Este programa es utilizado para saber el grado de cumplimiento en temas de seguridad, productividad, calidad y comportamiento de los colaboradores de acuerdo con los requerimientos de cada puesto. Además de medir los objetivos individuales, este sistema permite una medición sistemática, objetiva e integral de la conducta profesional y el logro de resultados (lo que las personas son, hacen y logran).

Este programa está compuesto por dos partes: la práctica, que consiste en conocimientos y habilidades del puesto, y la conductual, que tiene que ver con la actitud de las personas, es decir las competencias. Participan todos los asociados base, los supervisores, jefes de área, relaciones laborales, sindicato y capacitación. El programa se aplica a todo el personal asociado base como proceso general cada dos años, al personal de nuevo ingreso, cuando existen cambios de puesto de trabajo y en requerimientos especiales.

Prestaciones

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

En caso de sus asociados (personal no sindicalizado), Bridgestone brinda prestaciones superiores a las de ley, a través de un completo y variado esquema de compensación a través de su plataforma *Key Flex*, que incluye;

- Salario Base
- Vacaciones
- Vales de despensa (compensaciones garantizadas)
- Aguinaldo (compensaciones garantizadas)
- Fondo de ahorro (compensaciones garantizadas)
- Prima vacacional (compensaciones garantizadas)
- PTU (compensaciones variables)
- Bono de desempeño (compensaciones variables)
- Comedor (compensaciones variables)
- IMSS (compensaciones variables)

En el caso de los asociados base (personal sindicalizado), Bridgestone cuenta de igual manera con prestaciones superiores a las de la ley como bono de resultados, días festivos, uniformes, incentivos por asistencia perfecta, permiso por defunción, permiso por paternidad y alimentos, entre otros.



Reconocimiento del talento

Impulsar el talento en Bridgestone es generar innovación, desarrollo y rentabilidad para el negocio. Por ello, la empresa cuenta con diversas iniciativas que premian los logros, las ideas, los nuevos proyectos y las estrategias de sus colaboradores.

Bridgestone Group Awards

Cada año, *Bridgestone Group* lanza la convocatoria para nominar un proyecto, idea o actividad que haya contribuido en alguna de las siguientes cinco categorías:

- Logros
- Contribución a la sociedad
- Educación
- Excelencia en medio ambiente
- Manejo de riesgos

De esta manera se reconoce a todos los colaboradores que día a día contribuyen con el negocio y dan un esfuerzo extra en sus actividades reflejando la Esencia Bridgestone.

Sistema 1A, 2S Y 3E

La estrategia de comunicación interna de Bridgestone México contempla la gestión de tres dimensiones: **institucional, interpersonal e intrapersonal.**

El sistema 1A hace referencia a que todas las estrategias de comunicación comiencen “desde arriba”, es decir con los líderes y a su vez, primero adentro, en la comunicación que éstos mantienen consigo mismos. Este modelo es de aplicación prioritaria, ya que se dirige a la fuente misma de las comunicaciones formales dentro de una organización. Las comunicaciones directivas, los mensajes desde el directorio, la palabra misma de los líderes, tienen alto impacto en toda la organización.



Las siglas del Sistema 2S hacen referencia a dos aspectos clave del trabajo humano que influyen de manera decisiva en las comunicaciones internas: el Salario y el Sentido. Ambos aspectos son mensajes que la organización dirige a sus integrantes. Son el “para qué trabajamos”. Una, la contraprestación material, la otra la recompensa emocional.

El Modelo 2S afirma que la comunicación interpersonal, tratada de manera estratégica, es la que tiene mayor posibilidad de transmitir ese Sentido a los integrantes de un equipo de trabajo. La propuesta de este modelo es gestionar estrategias de comunicación interna en los equipos de manera que este sentido tenga tanta o más importancia que el mismo Salario.

Finalmente, las siglas del Sistema 3E proponen tres pasos para la comunicación institucional: Escucha – Empatía – Emisión. Es un modelo de aplicación permanente, porque inmediatamente después de la Emisión vuelve al estadio de Escucha, de manera cíclica. Su gestión continua permite generar un espiral ascendente en la calidad y efectividad de las comunicaciones escritas en la organización.

My Success Factor

Durante 2015 se continuó trabajando con los diferentes módulos de My Success Factor, como los módulos de gestión de desempeño y objetivos, desarrollo y planes de sucesión y el perfil del colaborador. La finalidad de cada uno es garantizar de manera fácil y eficiente la creación de objetivos, perspectivas y dinámicas respecto a su desempeño y, al mismo tiempo, fomentar la colaboración entre las personas de la organización.

Great Place to Work

Bridgestone y Bandag en México continúan fortaleciéndose como empresas comprometidas en materia de capital humano, gracias a su decisión de impulsar políticas y prácticas que mejoran la calidad de vida de sus colaboradores.

Durante el 2015, se llevó a cabo una encuesta de pulso para medir internamente a la empresa, dentro de la cual más del 90% de los colaboradores sienten orgullo de pertenencia en ambas empresas. Además, en dicha encuesta se midieron las cinco preguntas más bajas que cada Dirección obtuvo de acuerdo con la encuesta aplicada durante el 2014 por *Great Place to Work*.

Antes de aplicar la encuesta, cada Dirección formó equipos de trabajo en donde se plantearon acciones de mejora para poder incrementar los resultados obtenidos el año anterior. Algunas de las acciones establecidas por las áreas fueron: juntas periódicas con sus equipos de trabajo y colaboradores para reforzar mensajes importantes y así incrementar la comunicación, además de la colocación de buzones para recibir sugerencias de mejoras o comentarios de retroalimentación.

Retención y desarrollo de talento

Bridgestone identifica y cultiva el talento dentro de la organización, con el fin de mantener la motivación del personal y brindar oportunidades reales para el desarrollo de una carrera profesional que ofrezca estabilidad y crecimiento a sus colaboradores.

Programa Becarios

La empresa dispone del Programa Becarios Bridgestone que le brinda la posibilidad de evaluar y retener el talento de jóvenes universitarios que estén en busca de una pasantía. Los nuevos profesionales pueden adquirir experiencia en una empresa del perfil de Bridgestone México o ser contratados tiempo completo al final de su pasantía. En 2015 fueron 45 becarios los que participaron en este programa y el 19% de ellos fue contratado.

Talent 9Box Grid

Plan de Desarrollo Individual

El equipo de Recursos Humanos, en específico el departamento de Desarrollo Organizacional, desarrolló durante 2015 un catálogo de actividades con el objetivo de ser una guía de apoyo para que el colaborador (con el apoyo de su jefe inmediato) pueda trabajar en su PDI bajo la metodología del 70-20-10. En donde el 70 abarca todas las experiencias dentro de su área de trabajo, el 20 los conocimientos

que puedan ser transmitidos mediante la exposición con otras áreas o *feedbacks* recibidos, y el 10 los conocimientos que puede adquirir mediante lecturas o capacitaciones.

Open House

Buscando la equidad y mejorando la experiencia de las familias que visitan la empresa, durante el 2015 se abrieron fechas y cupos limitados en las que todos los grupos de trabajo pudieran participar. De esta manera, tanto asociados como asociados base de 8 y 12 horas, participaron en las visitas a las instalaciones de Bridgestone y conocieron el proceso productivo con sus familias.

Adicional a eso, durante el 2015 se incrementó la participación de las personas, ya que se contó con la asistencia de 30 voluntarios para ser guías y coordinadores del evento, en donde cada sábado brindaron todo su apoyo y entusiasmo al recibir a las 98 familias que sumaron un total de 350 personas.





Equilibrio entre vida personal y laboral

Reconociendo la importancia de la familia en el desarrollo integral de los colaboradores, Bridgestone desarrolla actividades que permiten la vinculación de hijos y familiares cercanos con la empresa.

Taller de finanzas para niños

En julio del 2015 se llevó a cabo el 1º Taller de Finanzas para niños. El objetivo del taller fue dar a conocer la importancia de las finanzas personales a todos los hijos y sobrinos de colaboradores. De la misma manera, este taller fortaleció la sana convivencia y aportó a la integración de vida-trabajo de los colaboradores al permitir el acceso a sus pequeños.

Actividades deportivas Bridgestone

Durante el 2015 se llevó a cabo la cuarta edición del Torneo de Boliche Bridgestone, cuyas sedes fueron:

- Alboa Cuernavaca – 11 equipos participantes (33 personas en total).
- Bowl Polanco – 6 equipos participantes (18 personas en total).
- Bowl León - 4 equipos participantes (12 personas en total).

Verano Bridgestone

Es un programa de verano impartido a hijos y sobrinos de colaboradores con el objetivo de brindarles una experiencia en el mundo laboral a través de la interacción con expertos de cada área.

El programa se realiza durante los primeros días del mes de junio, cuando se lanza la convocatoria de inscripción para llevar a cabo el programa hasta la primera semana de julio.

Los requisitos para participar son:

- Ser hijo de Asociado o Asociado Base.
- Cursar el último semestre de Preparatoria o 1º semestre de Universidad.
- Disponibilidad de horario de 7:00 a 13:00 horas. Promedio escolar igual o mayor a ocho.
- Interés en alguna de las áreas del negocio como ventas, mercadotecnia, finanzas, manufactura, etc.





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

Atención al cliente



\$539,879 millones de dólares en ventas, que representan un **7.8% más que en 2014.**

Ventas

En Bridgestone México se toman decisiones orientadas a fortalecer el liderazgo en cada uno de los mercados de la región que la empresa atiende y, además, se tiene un enfoque al incremento de volúmenes de ventas en los mercados, lo cual se convierte en indicador de la atención y servicio eficiente que brinda a sus clientes.

Bridgestone México atiende al mercado nacional dentro de los sectores de automóvil, camión, agrícola, fuera de carretera y renovado.



Se presentó un **valor generado** de

\$649 millones de dólares,

un **valor distribuido** de

\$119 millones de dólares,

y un **valor total retenido** de

\$530 millones de dólares.

*Ver ejemplos en el apartado de Grupos de Interés en la sección de Clientes, páginas 28 y 29.





Bridgestone es el **número uno** en ventas para **equipo original** en México.



598 puntos de venta en México, **15 más que en 2014.**



Se logró la **consolidación** del programa **AGROPRO** hacia la operación de **Bridgestone México.**

En 2015, Bridgestone México contó con 598 puntos de venta, de los cuales 54 fueron abiertos ese mismo año con una inversión de \$782,436.69 dólares. Esto permitió crear 324 empleos indirectos.

En los Centros de Distribución se cuenta con iniciativas para el cuidado del medio ambiente, como son la separación de residuos por material (cartón, plástico, papel y aluminio), y se cuenta también con lámparas con focos de bajo consumo y procedimientos de contención en caso de derrames de aceite de montacargas.

Del mismo modo, se implementaron iniciativas de ética que van desde la capacitación por parte del Comité de Ética hasta cursos de *Compliance*, cumplimiento normativo, por parte del Corporativo. Finalmente, en cuestión de protección civil se cumple con las regulaciones aplicables en cada localidad en materia de protección civil, trabajo y previsión social.

Además, en 2015 se consolidó el programa AGROPRO, el cual consiste en que la comercialización de los productos Agrícola y OTR, que antes eran distribuidos por terceros, ahora se comercializan directamente con la red de distribuidores del *Family Channel* de Bridgestone. Esto trajo como beneficio la facturación directa de Bridgestone México a los distribuidores de este segmento de producto.





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



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

Prácticas justas de operación

Marketing responsable

Bridgestone México, desde su área de Mercadotecnia, hace promoción a sus productos, servicios y acciones asegurando a sus clientes calidad y el cumplimiento ante lo que se promociona en sus campañas publicitarias, las cuales están alineadas a los estatutos de la PROFECO (Procuraduría Federal del Consumidor).

- **NFL.** Bridgestone celebró el comienzo de la temporada de la *National Football League* como “La Llanta Oficial de la NFL” en México.
- **Copa Bridgestone Libertadores:** como parte de la estrategia regional de *Sports Marketing*, Bridgestone participa como patrocinador titular del campeonato de fútbol más importante de América “Copa Bridgestone Libertadores”. A través de su patrocinio la compañía refuerza su compromiso con el deporte a nivel internacional, que une a los aficionados de diferentes países sin importar la distancia o el lenguaje.



92% de los **proveedores** de Bridgestone México son **locales**.



37% de las **materias primas** que utiliza Bridgestone son **nacionales**.



Campaññas

- **Copa Bridgestone Fut 7.** En el torneo, los participantes de siete ciudades del país (Monterrey, Guadalajara, Torreón, León, Celaya, Estado de México y Ciudad de México), compitieron para ganar un viaje todo pagado a la final de la Copa Bridgestone Libertadores en Argentina.
- **Bridgestone Americas Golf Cup.** Bridgestone México patrocinó el *Bridgestone Americas Golf Cup* celebrado en el Club Campestre. Dicho torneo atrae a los mejores golfistas y representa un alto nivel de competencia, al ser una gran oportunidad para que el mercado latinoamericano conozca los productos de Bridgestone, los cuales van desde todo tipo de neumáticos hasta accesorios de golf y otros productos deportivos.



Se desarrollaron **nueve campañas** promocionales bajo los **parámetros legales** establecidos por la **PROFECO**, por lo cual no se cuenta con **ninguna multa**.

A lo largo de 2015 se desarrollaron exitosas estrategias para afianzar el vínculo con los principales grupos de interés:

- **Súper venta Bridgestone.** Apoyo a distribuidores desde inicio de año así como capitalización de la temporada de ventas y liquidaciones. Se tuvieron descuentos desde el 15% hasta el 25% en la compra de llantas.
- **Promoción 4x3 de Semana Santa.** Incentiva la demanda de marcas de cara a las vacaciones de Semana Santa.
- **Verano enllantador.** Incentiva la demanda de marcas aprovechando que el verano es una de las temporadas de mayor potencial de venta en la industria.
- **Buen Fin 2015.** Incentiva el consumo y reactiva la economía nacional a través de la promoción 2x1 y medio.
- **Gana tu lugar en el Super Bowl.** Bridgestone reconoció la lealtad de sus clientes con la promoción "Gana Tu Lugar en el *Super Bowl*", ofreciendo la oportunidad de ganar uno de los 7 viajes dobles todo pagado al *Super Bowl* 50 en San Francisco.



Protección de datos personales

Se cuenta con permisos en cuestión de promociones que aseguran el cumplimiento de todos los trámites y aclaraciones necesarias ante la PROFECO y en las promociones para las cuales se requieren datos de los clientes. En todos los casos, se pone a disposición el Aviso de Privacidad de Datos.

Gracias a estas acciones de prevención, en 2015 no se registraron multas ni sanciones por temas de comunicación.

Redes sociales

Bridgestone México busca generar un *engagement*, o compromiso, con el consumidor que le permita tener contacto directo con él, también prestarle atención a sus demandas y saber qué es lo que necesita y qué percepción tiene de la marca, para así poder asegurarle la satisfacción de sus productos.

Mediante las redes sociales, Bridgestone tiene contacto con sus clientes y fortalece el posicionamiento de su marca.

A través de la cuenta de YouTube "Tips del Experto Bridgestone", la empresa ha logrado acercarse a sus clientes por medio de consejos prácticos y concisos.



22,918 seguidores en **Twitter**,
126,112 seguidores en **Facebook**,
2,547 suscriptores en **YouTube**.

Facebook Bridgestone México:
<https://www.facebook.com/bridgestoneMX/>

Youtube Bridgestone MX:
<https://www.youtube.com/user/BridgestoneMexico>

Twitter @Bridgestone_MX
https://twitter.com/bridgestone_mx



Proceso de abastecimiento

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



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

A través de un grupo interdisciplinario, en Bridgestone México se tiene seguimiento puntal de los proveedores mediante comunicados, reuniones y capacitaciones en lo relativo a temas ambientales, éticos, prácticas laborales, entre otros. Se han creado

y mejorado políticas de ingreso de proveedores y/o contratistas, reglamento de seguridad para proveedores y/o contratistas, así como capacitación de seguridad en cualquier momento y a cualquier hora.

En 2015 se trabajó de la mano con *Latin American Supply Chain* (LASC) para nuevos desarrollos de proveedores de materia prima, lo que permitió generar ahorros cercanos a los \$32 millones de dólares.



Proveedores

Bridgestone México genera valor mediante y con sus proveedores. El trato justo y equitativo que se da en la búsqueda y contratación de proveedores fomenta una competencia sana entre los mismos, sentando las bases para crear relaciones sólidas y duraderas.

En 2015, la cadena de suministro contó con 3,829 proveedores, 15% más que en 2014. Los países de donde provienen son Singapur, Reino Unido, Japón, España, EEUU, Venezuela, Brasil, Costa Rica, Guatemala, Vietnam y Argentina. El valor monetario aproximado de los pagos efectuados a proveedores fue de \$632,000 dólares.

Apoyando al talento nacional, los proveedores mexicanos que trabajan con Bridgestone son 3,524, lo que representa un 92% del total de proveedores. Las materias primas nacionales representan un 37% del total que utiliza Bridgestone México para sus operaciones y el monto del presupuesto destinado a las mismas es del 35%.

En 2015, Bridgestone México generó un total de 6,000 empleos indirectos: 3,829 empleos pertenecientes a proveedores y 2,171 contratistas.



Se realizaron **evaluaciones de proveedores** de materia prima y servicios.



Se desarrollaron **dos proveedores locales de hule natural: PROGOMEX**, con un avance de aproximadamente **80%** y **El Fénix**, con el **15%**.

Evaluación de proveedores

Bridgestone cuenta con normas de carácter obligatorio que deben cumplir los contratistas antes de comenzar a prestar algún servicio a la empresa. Estos requisitos son evaluados por un equipo integrado por representantes del área de Compras, Calidad y de Almacén de materias primas, según corresponda.

El proceso de evaluación es realizado por cada responsable del equipo evaluador de acuerdo con lo establecido en el procedimiento interno. Una vez completado, 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 acciones correctivas para aquellas inconformidades detectadas que, posteriormente, serán verificadas en una auditoría realizada por la empresa.



Premio Proveedor de Excelencia.

Este premio tiene como objetivo destacar el desempeño de los proveedores con criterios como competitividad, calidad y servicio.

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, empaque y 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.



Impactos en la cadena de suministro

Durante 2015, se presentaron bajas considerables en los indicadores internacionales que determinan el precio de algunas materias primas. Tal es el caso del SICOM, que impacta directamente en el precio del hule natural.

Ante esta situación, los productores de hule natural en México mostraron preocupación y presentaron la iniciativa de talar sus árboles para obtener mayores ingresos. Como Empresa Socialmente Responsable, Bridgestone México acompañó, asesoró y generó reuniones periódicas de retroalimentación, visitas a las plantaciones y a la planta de la empresa, así como ejercicios que permitieron mantener el abastecimiento con el proveedor actual.

Iniciativas de abastecimiento responsable

En México existe un alto potencial para el cultivo del hule natural. Sin embargo, menos del 10% de las áreas que podrían utilizarse son ocupadas. Bridgestone México busca incrementar la fuente de abastecimiento local de hule natural que en el 2015 fue del 46%. Estas acciones permiten contribuir con los pequeños proveedores como soporte de las condiciones exógenas que afectan el precio del hule, garantizando la compra de su producto.

Alianzas y colaboraciones

Bridgestone México cuenta con alianzas y colaboraciones que le permiten desarrollarse de mejor manera. En 2015 generó alianzas con:

- Cámara Nacional de la Industria Hulera (CNIH).
- Asociación Nacional de Distribuidores de Llantas y Plantas Renovadoras de México, A.C. (ANDELLAC).
- Secretariado Técnico del Consejo Nacional para la Prevención de Accidentes (CONAPRA).
- Cruz Roja Mexicana.

Además de tener alianzas con estas organizaciones, durante 2015 desarrolló diversas actividades que promovieron la integridad y la sana competencia en el mercado nacional a favor de las personas y las empresas.



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

Apoyo y vinculación con la **comunidad**

Voluntariado

En Bridgestone México, el voluntariado se considera una expresión de la responsabilidad social de la empresa, ya que asegura un impacto doblemente positivo: por un lado, hacia el interior de la compañía y, por el otro, hacia las comunidades donde opera.

En 2015, se renovó el programa de Voluntariado Corporativo para promover, facilitar y apoyar el trabajo voluntario de los empleados, a fin de contribuir a mayor escala en el desarrollo y bienestar de la sociedad.



953 voluntarios,
4,195 horas.



10.4% de incremento de
participación de voluntarios frente a 2014.



113% más horas de
voluntariado que en 2014.



Voluntariado
Ayudar me hace **+** feliz

El programa contempla cuatro tipos de voluntariado:

• **Voluntariado asistencial (campañas)**

Canalizó ayuda filantrópica a las comunidades y movilizó recursos y donaciones. En este nivel se encuentran las donaciones de apoyo en situaciones de emergencia.

• **Voluntariado en eventos**

Dirigido a grupos de voluntarios, en los que se busca un impacto a través de la implementación o mantenimiento de infraestructura y donaciones complementarias asociadas.

• **Voluntariado basado en habilidades**

Proyectos ejecutados por Empresas, ONGs, etcétera, con los que se busca que el voluntario participe en la transferencia de capacidades, habilidades y destrezas hacia los beneficiarios.

• **Voluntariado emprendedor**

Promueve el liderazgo y emprendimiento en los colaboradores. Se espera un involucramiento a mediano plazo a través de la ejecución de proyectos propios, que el voluntario identifica y ejecuta con la asesoría del programa, y alineando objetivos mayores con propuestas a ejecutar.

	2014	Meta 2015 (incrementar el 10%)	Resultado 2015	% de incremento
 Número de voluntarios	863	949	953	10.4%
 Horas de voluntariado	1,970	2,167	4,195	113%

En 2015, la cantidad total de voluntarios fue de 953, prestando un total de 4,195 horas de trabajo social. Se presentó un incremento de voluntariado en 2015 del 10.4% frente al 2014 y un incremento de horas de voluntariado del 113%.

La visión del programa durante 2015 se basó en contribuir con la mejora de la calidad de vida en las comunidades en las que se opera bajo tres ejes de acción: **Seguridad Vial, Medio Ambiente y Comunidad.**

Seguridad Vial

Bridgestone está comprometida con la seguridad vial. Por esto que implementa diversas actividades para crear mayor conciencia en los conductores y peatones, sin distinciones de edad o sexo, para evitar accidentes. Se les informa a los conductores acerca de diferentes consejos a tomar en cuenta para disminuir accidentes, así como sobre la necesidad de efectuar la revisión (que Bridgestone realiza de forma gratuita durante sus programas) de la presión de inflado y desgaste de neumáticos, notificando a los usuarios sobre el estado de los mismos.

**Piensa Antes de Conducir
(Voluntariado basado en habilidades)**

Esta campaña cumplió, en 2015, siete años consecutivos desde su lanzamiento. Se presentó en centros de lavado, estacionamientos, carreteras, universidades y tuvo operativos viales en las rutas más concurridas durante vacaciones. En total, desde su inicio hasta 2015, se han alcanzado más de 13,000 revisiones de neumáticos y se difundieron mensajes de prevención en seguridad vial.



646 revisiones de presión de inflado/desgaste de neumáticos en automovilistas y transportistas.

De igual manera, en Semana Santa 2015, Bridgestone implementó su operativo de seguridad vial, el cual brindó a los automovilistas consejos que les permitieran reducir accidentes de tránsito y evitar situaciones de conducción peligrosa. Desde 2011 se han implementado estos operativos durante Semana Santa sumando una distribución de alrededor de 143 mil folletos en distintos puntos carreteros.





Por una Conducción + Ecológica (Make Cars Green)

En 2015 se cumplieron seis años desde el inicio de esta campaña, misma que se implementó en gasolineras y centros de verificación, en donde se realizaron más de 9,000 revisiones de llantas y se difundieron los diez mensajes que promueve la campaña y que busca orientar a los conductores sobre una conducción más ecológica.

Universitarios

La campaña Piensa antes de conducir, dirigida a universitarios, cumplió seis años en 2015. Si bien en años anteriores la empresa realizó concursos de creatividad a través de videos, spots de radio, canciones, vines y pósters; en 2015 se implementó esta campaña en versión digital a través de redes sociales y sin concurso.

Como parte del programa, expertos de Bridgestone en seguridad vial, brindaron conferencias y realizaron revisiones de neumáticos y simuladores de alcoholemia en universidades por parte del equipo de promotores Bridgestone.

Algunos de los resultados e impactos en redes sociales fueron los siguientes:



589,356 jóvenes alcanzados

102,001 en Facebook y

487,355 en Twitter.

Infantil

El programa Piensa Antes de Conducir también está diseñado para audiencias infantiles. Bridgestone México promovió la seguridad vial entre niñas y niños, llevando a cabo la sexta edición de la campaña **Piensa Antes de Conducir Kids**. A través de talleres divertidos y un concurso de dibujo.

Se realizaron 60 presentaciones en 58 escuelas primarias y se presentaron dos espectáculos en el centro comercial, Plaza Cuemanco en Coapa. Con estas actividades la compañía impactó a más de 15 mil niñas y niños, y a la fecha y luego de seis años de continua difusión, esta iniciativa ha llegado a más de 100 mil niños y niñas mexicanas.

La empresa realizó el **Tercer Concurso de Dibujo Infantil**, con el cual se buscó afianzar los mensajes de seguridad vial presentados en los talleres. Los dibujos debían incluir de uno a cinco consejos de seguridad vial, tales como el uso del cinturón de seguridad, no distracciones a bordo, así como ser vigilantes de sus papás para revisar el estado de los neumáticos, reducir la velocidad, respetar las señales de tránsito y no utilizar el teléfono celular mientras conduce.



Seguro llegas (Voluntariado basado en habilidades)

Esta es la primera campaña de Bridgestone México y la única en la industria en seguridad vial destinada a transportistas. Estuvo enfocada en brindar información y recomendaciones de seguridad y prevención de accidentes y se construyó sobre tres consejos clave:

1. que el conductor no maneje cansado;
2. mantenimiento de unidades y
3. revisión de neumáticos.

En 2015 se visitaron **20 flotillas**, teniendo un total de **3,460 impactos** y un total de **seis sesiones de entrenamiento en seguridad vial**.





2,500 árboles plantados.



40.23 toneladas de llantas recolectadas, **79% de incremento frente 2014.**

Llantatón (Voluntariado emprendedor)

El propósito de este programa es fomentar la recuperación y reutilización de los neumáticos, evitar la contaminación ambiental, concientizar a la población, generar alianzas con autoridades para facilitar la recolección y acopio, y eliminar focos de infección que generen enfermedades.

Las fases que incluye el programa son:

1. Implementación.
2. Recolección
3. Reciclado y reúso.
4. Coprocesamiento (utilización del residuo como combustible alterno).
5. Adecuada disposición a los neumáticos.

Los lugares de acopio fueron la Plaza Los Cedros CIVAC y la Explanada Auditorio Teopanzolco. Se aceptaron llantas de automóvil y camioneta, estableciendo alianzas en conjunto con Cemento Cruz Azul, Tracusa y el Gobierno de Morelos.

Se contó con la presencia de 12 voluntarios que sumaron un total de 103 horas. El número de llantas recolectadas fue de 3,136 (79% más que en 2014).

Medio Ambiente

Reforestación (Voluntariado emprendedor)

En 2015, colaboradores de Bridgestone en conjunto con ejidatarios y personal del ayuntamiento de Axochiapan plantaron 2,500 árboles en el ejido “El Quebrantadero”. Los voluntarios reforestaron distintas especies producidas en los viveros de la Secretaría de Desarrollo Sustentable. Con la siembra de los árboles se espera que en un mediano y largo plazo se puedan obtener bienes y servicios ambientales, tales como protección de los suelos, captura de CO₂, atracción de polinizadores, protección de cultivos o pastizales, sombra y bienes para autoconsumo como madera para leña y forraje.



Eco Parques (Voluntariado en eventos)

Este programa nace como una iniciativa de Bridgestone México para utilizar de forma alternativa las llantas de desecho con la finalidad de mejorar la calidad de vida de las comunidades en las que opera. En 2015 se llevó a cabo la construcción del primer Eco Parque en el Parque Álvaro Obregón, con el apoyo de la Dirección de Bosques y Barrancas del Estado de Morelos. El procedimiento de construcción de los Eco Parques es el siguiente:

1. Selección de ubicación
2. Diseño de juegos
3. Coordinación de equipos de trabajo y voluntarios
4. Convocatoria de voluntarios
5. Capacitación y formación de cuadrillas
6. Trabajos previos especializados
7. Construcción de juegos

El segundo Eco Parque se construyó en la ciudad de México, dando un total de 158 neumáticos utilizados para la construcción de ambos parques.

Esta iniciativa representa una forma diferente y divertida de aprovechar las llantas de desecho y de beneficiar a las comunidades, en especial a los más pequeños. En 2015, participaron un total de 22 voluntarios que reunieron 88 horas de servicio.



Dos parques beneficiados con juegos recreativos **costruidos de neumáticos de desecho.**

Comunidad

Cruz Roja Mexicana (Voluntariado asistencial, campañas)

Bridgestone otorgó un donativo en efectivo a la Cruz Roja Mexicana para la adquisición de un equivalente a 85 sillas de ruedas regulares que fueron otorgadas a personas con problemas de discapacidad motriz; siendo esta última la encargada de seleccionar a los beneficiarios en la Ciudad de México y el estado de Morelos.

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





209 niños beneficiados con el programa de **Navidad**.



500 niños beneficiados en la remodelación de **casa hogar**.



58 niños entrenados en *Freestyle Soccer* y **concientizados** en temas de **prevención de violencia** en estadios.

Colecta *Save the Children*, Navidad Bridgestone (Voluntariado en eventos)

Bridgestone México se unió con *Save the Children* a través del CEDIS El Duende Azul en el Estado de México y los Centros de Atención Múltiple #6 y #1 de Cuernavaca, para repartir juguetes y sonrisas a más de 209 niñas y niños beneficiarios de estas instituciones durante el mes de diciembre. Las oficinas corporativas de Bridgestone México y la planta productora ubicada en Cuernavaca, Morelos, fueron los centros de acopio en los que todos los colaboradores de la llantera apadrinaron a un niño con juguetes, logrando recaudar cerca de 240 juguetes, los cuales fueron entregados por los voluntarios del corporativo en la Ciudad de México y de la planta en Morelos.

Freestyle (Voluntariado basado en habilidades)

Bridgestone México impartió con su equipo de voluntarios y junto a la Cruz Roja Mexicana una clínica de Fútbol *Freestyle* a niñas y niños, con el fin de promover, a través del deporte, la no violencia y valores que ayuden a crear relaciones amigables y positivas.

La actividad se llevó a cabo en el Parque Uno de Santa Cruz Meyehualco en la delegación Iztapalapa y fue impartida por Steve Elías, Presidente de la Federación de Fútbol *Freestyle* de Norteamérica, y Esteban Hernández "El Pantera", Campeón de Fútbol *Freestyle* de México y Norteamérica, quienes contaron con el apoyo de 27 voluntarios Bridgestone.





Bridgestone México cuenta con 17 años de alineación al sistema de gestión ambiental de la norma ISO 14001 con la finalidad de asegurar e incorporar la sostenibilidad en sus procesos productivos. Es a través de sus actividades ambientales que Bridgestone incorpora la forma en que todos los aspectos del negocio deben contribuir con la conservación del medio ambiente.



Reforestación en el Municipio de Axochiapan

2,500 árboles plantados de diversas especies.



92.89% de los **residuos** totales de las plantas de Bridgestone en México fueron enviados a **reciclaje o co-procesamiento**.

Medio ambiente

One Team,
 ne Planet.



\$32,267,428 pesos invertidos* en medio ambiente en 2015.

* La inversión en medio ambiente fue de \$2,036,018 dólares al tipo de cambio promedio en 2015 de 15.8483.

Planta Cuernavaca



Puesta en operación de la **caldera #3** con gas natural, **reducción de emisiones de CO_{2e}** equivalente del **25%** en ese equipo.



Se alcanzó el **92.52%** de **residuos** generados enviados a **reciclaje y co-procesamiento**.



Instalación y puesta en operación de **nueva planta de tratamiento de agua residual**.



Realización de **dos llantatones 2015**.



Apoyo en materia **ambiental** a los **proyectos de expansión 2016**.

Energía

En 2015, en Planta Cuernavaca se tuvo un consumo total de electricidad de 72, 771,236 Kwh.

Tipo de energía	2015
Electricidad (KWh)	72,771,236
Energía eléctrica (Kwh) / Ton Producción	1.04
Ton CO _{2e} /Ton Producción	0.724

Combustibles

Dentro del consumo de energía, se consideran los combustibles de fuentes no renovables que son utilizados por Planta Cuernavaca en su gestión diaria. El total de consumo de combustibles no renovables en 2015 fue:

Tipo de Combustible	2015
Diésel (litros)	152,294 litros
Combustóleo (litros)	3340.5 kl
Gas Natural (litros)	4,181,976 m ³

Medidas de reducción de energía

Con la finalidad de reducir su consumo de energía, Planta Cuernavaca implementó las siguientes iniciativas en 2015:

Eléctrica

Se sustituyó el transformador no. 15, de 1000 kva's en 2.3 KV y en su lugar se instaló un transformador de 2,500 KVA's pero en 23 kv, por lo que se redujeron las pérdidas por transformación en un 6%, lo que equivale a 317,000 KWH/año.

Además, se instaló un variador de frecuencia y sensor de temperatura en la torre Recold 1, con lo que al bajar la temperatura ambiente a menos de 24°C el motor se detiene, resultando en un ahorro de 44,760 KWH/año.

Combustible

Se implementó la conversión de calderas de combustóleo a gas natural durante el primer semestre del 2015. El uso de gas natural arrancó en junio, dejando de emitir 7,887 toneladas de CO_{2e}.

Agua

En Planta Cuernavaca se extrajo de pozos un total de 209, 332 m³ en 2015. Para el proceso de extracción de agua se tienen medidores con los cuales se monitorea diariamente la extracción de agua y se hacen reportes mensuales, trimestrales y anuales.

Por otra parte, el agua utilizada para riego de áreas verdes es agua tratada (reciclada) que se toma del medidor de flujo.

Reciclaje y tratamiento

Planta Cuernavaca utilizó en 2015 un total de 62, 545 m³ de agua. De este total, el 61% del agua fue reciclada. Esta medición del porcentaje de agua reciclada se da mediante un medidor de flujo que calcula el agua que va hacia el riego de áreas verdes y se saca el porcentaje con respecto al total de agua.

El volumen total de agua desechada en 2015 fue de 102,094 m³. El porcentaje de este total de agua tratada, por medio de un proceso físico químico antes de ser desechada, fue de 49%.

Planta Cuernavaca recibió el **Premio Interno Corporativo** por la **conversión de la caldera #3 a Gas Natural**.





Emisiones

El total de emisiones brutas de gas efecto invernadero producidas por Planta Cuernavaca en 2015 fue de 50,832 toneladas de CO_{2e}. Esto significó una reducción en las emisiones de un 5.8% en comparación con 2014, cuando el total de emisiones fue de 53,967.95 toneladas CO_{2e}.

Durante el 2015 se presentó un total de emisiones directas brutas de gases de efecto invernadero de 17,724 toneladas de CO_{2e}. Esto representa una disminución del 19.96 % en comparación con 2014.

Alcance 1

2014 (tCO _{2e})	2015 (tCO _{2e})
22,144.47	17,724

El total de emisiones indirectas brutas de gases de efecto invernadero en 2015 fue de 33,108 toneladas de CO_{2e}.

Alcance 2

2014 (tCO _{2e})	2015 (tCO _{2e})
31,823.48	33,108

Dentro de las emisiones atmosféricas, en 2015 se presentó un total de 289.69 kilos anuales de compuestos orgánicos volátiles (COV), teniendo una reducción del 13% frente a 2014.

Como iniciativa de reducción de emisiones, se tuvo la puesta en operación de la caldera #3 con gas natural. Con esto se logró una reducción de emisiones de CO_{2e} equivalente del 25% en ese equipo.

Residuos

El total de kilogramos de residuos en 2015 fue de 4,294,588 kg. De estos, el 10% fueron residuos peligrosos y el 90% residuos no peligrosos. Del total de residuos, el 61% fue reciclado, el 31% fue enviado a co-procesamiento y el 4% enviado a vertedero. El 2% fue utilizado para compostaje, el 1% fue reutilizado y el 0.2% fue enviado a confinamiento.

Método de eliminación	Residuos peligrosos	Residuos no peligrosos	Total (kg)	% frente al total de residuos
Reciclaje	243,660	2,375,247	2,618,907.00	60.98%
Co-procesamiento	186,500	1,168,200	1,354,700.00	31.54%
Vertedero	0	184,899	184,899.00	4.31%
Compostaje	0	93,762	93,762.00	2.18%
Reutilización	0	34,590	34,590.00	0.81%
Confinamiento	7,730	0	7,730.00	0.18%
Incineración	26	0	26.10	0.00%
Total	437,916	3,856,698	4,294,588.00	100%

Inversión en medio ambiente

Para asegurar la sostenibilidad de su entorno, Planta Cuernavaca invirtió \$21,717,428 pesos en 2015¹.

Tipo	Beneficios o logros de esta inversión
Tratamiento y eliminación de residuos	Envío a reciclaje o co-procesamiento el 100% de los residuos generados en Bridgestone México
Tratamiento de las emisiones (gasto en filtros, agentes)	Cumplimiento de las NOM y se evitó la contaminación
Costos de limpieza, entre ellos los costos de restauración de los derrames	Áreas de planta limpias y con buen mantenimiento de instalaciones (no se tuvieron restauraciones por derrames)
Educación y capacitación ambiental	
Servicios externos de gestión ambiental	Consultoría ambiental y análisis de emisiones, agua, etc.
Certificación externa de sistemas de gestión	Mantener el certificado de ISO 14001, requerimiento de clientes de equipo original y corporativo
Investigación y desarrollo	Estudio de factibilidad para el uso de agua de lluvia y análisis de nueva planta de tratamiento
Gastos adicionales originados por la instalación de tecnologías más limpias (costo adicional sobre las tecnologías estándar)	Conversión de caldera para trabajar con gas natural e instalación de unidad de descompresión



1. La inversión en medio ambiente de Planta Cuernavaca fue de \$1,370,331 dólares al tipo de cambio promedio en 2015 de 15.8384.

Planta Bandag-León



Reducción del consumo de agua en un

11%.



Reciclaje de **99.07%** de los residuos generados.

Reducción significativa de **4.24 julios** en el uso de combustóleo, ya que se cambió por **gas natural**.

Energía

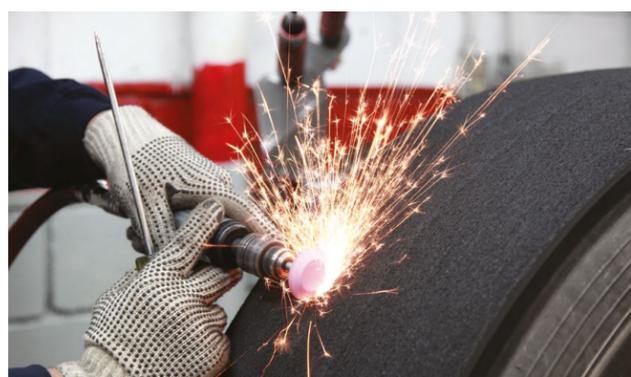
En 2015, Planta Bandag tuvo un consumo de 4,898,222 KWh.

Tipo de energía	2014	2015
Electricidad (KWh)	4,806,743	4,898,222
Total de energía eléctrica (Kwh) / Ton Producción	909.64	923.69
GJ (combustóleo o gas natural) / Ton Producción	1.83	1.78
Ton CO ₂ /Ton Producción	0.53	0.51

Combustibles

Dentro del consumo de energía, se consideran los combustibles de fuentes no renovables que son utilizados por Planta Bandag en su gestión diaria. El total de consumo de combustibles no renovables en 2015 fue:

Tipo de Combustible	2014	2015
Diésel (litros)	476	504
GAS (litros)	21,059	21,259
Combustóleo (litros)	105,933	0
Gas Natural (litros)	135,432,182	244,682,051



Agua

En Planta Bandag, el agua se extrajo de SAPAL (Sistema de Agua Potable y Alcantarillado de León) debido a que no se cuenta con pozo propio. En 2015 se contabilizó un total de 8,011 m³. Para el proceso de extracción existe un medidor que permite llevar la cuenta de la extracción de agua.

El total de agua desechada fue de 3,700.55 m³, mientras que el total de agua utilizada fue de 8,011 m³.

Emisiones

El cálculo de las emisiones 2015 frente al año anterior, cambió en su metodología. En 2014 se calculó bajo estándares internos de Bridgestone y este año se realizó utilizando la metodología propuesta por el "Estándar Corporativo de Contabilidad y Reporte" del Green House Gase (GHG) Protocol, el World Resources Institute (WRI) y World Business Council for Sustainable Development (WBCSD).

El total de emisiones brutas de gas efecto invernadero producidas por Planta Bandag en 2015 fue de 2,843.98 toneladas de CO_{2e}.

Durante el 2015 se presentó un total de emisiones directas brutas de gases de efecto invernadero de 600.59 toneladas de CO_{2e}.

Alcance 1

2014 (tCO _{2e})	2015 (tCO _{2e})
3,039.62	600.59

El total de emisiones indirectas brutas de gases de efecto invernadero en 2015 fue de 2,243.39 toneladas de CO_{2e}.

Alcance 2

2014 (tCO _{2e})	2015 (tCO _{2e})
2,435.40	2,243.39

La intensidad de las emisiones de 2015 fue de 0.80. Dentro de las emisiones atmosféricas de 2015 se encuentran:

Gas	Cantidad en Kg o sus múltiplos 2014	Cantidad en Kg o sus múltiplos 2015
NOx	2.03 Ton	4.63 Ton
SOx	0.19 Ton	0.00 Ton
Compuestos orgánicos volátiles (COV)	31.49 Ton	46.31 Ton
Partículas	1.89 Ton	0.03 Ton

Residuos

En 2015 se tuvo un total de 256,482.73 kg de residuos. El total de los residuos reciclados o enviados a co-procesamiento fue de 99.07% mientras que en 2014 fue de 99.03%. Del total de los residuos, el 96.2% fue reciclado mientras que el 2.8% fue enviado a co-procesamiento y el 1% a vertedero.

Método de eliminación	Residuos peligrosos	Residuos no peligrosos	Total (kg)	% frente al total de residuos
Reciclaje	617.36	246,087.55	246,704.90	96.187%
Incineración	6.6		6.6	0.002%
Vertedero		2,256.1	2,256.1	0.879%
Confinamiento	122.9		122.9	0.0479%
Co-procesamiento	7,392.23		7,392.23	2.882%
Total	8,139.09	248,343.65	256,482.73	

Productos y servicios

La Planta Bandag trabajó para mitigar los impactos ambientales más significativos de su actividad productiva. Durante 2015 se llevaron a cabo diversas iniciativas:

- Consumo de materiales**

Hubo un cambio de aceite de proceso y lubricación que permitió una reducción en los costos y alcanzó una disminución del 5% en consumo de materiales.

- Consumo de agua**

Se contó con reparación de fugas y mejoras al mantenimiento de los equipos, lo que permitió una reducción en uso y en gasto que alcanzó una disminución del 11%.

Inversión en medio ambiente

Para asegurar la sostenibilidad de su entorno, Planta Bandag invirtió \$1,550,000 pesos² en 2015.

Tipo	Beneficios o logros de esta inversión
Tratamiento y eliminación de residuos	Mejor control
Tratamiento de las emisiones (gasto en filtros, agentes)	Cambio de filtros
Educación y capacitación ambiental	Prevenir impactos
Servicios externos de gestión ambiental	Certificación
Certificación externa de sistemas de gestión	Certificación
Gastos adicionales ocasionados por compras ecológicas	Proyectos de mejora

Sensibilización a colaboradores

Con el fin de promover la consciencia y el cuidado del medio ambiente entre sus colaboradores, Planta Bandag contó con 105 horas de capacitación en materia ambiental para 35 colaboradores.



2. La inversión en medio ambiente de Planta Bandag fue de \$97,802 dólares al tipo de cambio promedio en 2015 de 15.8483.



Derechos Humanos

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

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

Objetivos de Desarrollo Sostenible	Enfoque Bridgestone	Acciones 2015	Pilar sostenible
 <p>3 SALUD Y BIENESTAR</p>	Bridgestone México promueve la salud como elemento indispensable dentro de la empresa, por lo que diariamente se esfuerza por brindar a sus colaboradores un entorno de trabajo seguro y saludable.	<ul style="list-style-type: none"> 50% de la plantilla laboral está representada en los comités de salud y seguridad. Cumplimiento de las normas de la Organización Internacional del Trabajo. Mejora continua en salud y seguridad. Semana de la salud. 	
 <p>4 EDUCACIÓN DE CALIDAD</p>	Para Bridgestone México mejorar los conocimientos y competencias de quienes integran su empresa es prioridad.	<ul style="list-style-type: none"> Programa Becarios Bridgestone, en donde de 45 becarios los que participaron en este programa y el 19% de ellos fue contratado. 99% de los colaboradores recibieron capacitación. 84,262 horas de capacitación. Inversión anual en capacitación de \$592, 460 dólares. 	 
 <p>5 IGUALDAD DE GÉNERO</p>	Bridgestone valora la diversidad y previene la discriminación de cualquier índole a través de su Código de Conducta	<ul style="list-style-type: none"> 7% de personal son mujeres. 16 mujeres contratadas en 2015. 	
 <p>6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO</p>	El adecuado uso del agua y su apropiado saneamiento es parte indispensable de la estrategia de sostenibilidad de Bridgestone México.	<ul style="list-style-type: none"> 11% reducción en consumo de agua en Planta Bandag. 61% del agua fue reciclada en Planta Cuernavaca. 	
 <p>7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE</p>	El uso de energía limpia y sostenible se encuentra dentro de las metas de Bridgestone México para mitigar el impacto de sus actividades en el medio ambiente.	<ul style="list-style-type: none"> 6% de ahorro en energía eléctrica de Planta Cuernavaca. Instalación de un variador de temperatura, lo que resultó en un ahorro de 44,760 KWH. 	

Pilar Sostenible:  Movilidad  Gente  Medio Ambiente

Objetivos de Desarrollo Sostenible	Enfoque Bridgestone	Acciones 2015	Pilar sostenible
 <p>13 ACCIÓN POR EL CLIMA</p>	<p>Para asegurar el cuidado del medio ambiente, Bridgestone México implementa medidas que aseguran e incorporan la sostenibilidad en todos sus procesos productivos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 105 horas de capacitación en materia ambiental para 35 colaboradores en Planta Bandag. • Reducción en las emisiones de un 5.8% en Planta Cuernavaca. • Planta Bandag invirtió \$1,550,000 pesos en medidas para el cuidado del medio ambiente. • Planta Cuernavaca invirtió \$21,717,428 pesos en medidas para el cuidado del medio ambiente. • Campaña <i>Make Cars Green</i>, más de 9,000 revisiones de llantas y se difundieron mensajes para alcanzar una conducción más ecológica. • 92.89% de residuos generados fueron enviados a reciclaje y co-procesamiento. • Se dejaron de emitir 7,887 toneladas de CO_{2e} en Planta Cuernavaca. 	
 <p>15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES</p>	<p>Bridgestone promueve el uso sostenible de los ecosistemas y su preservación a través de programas de voluntariado y campañas de sensibilización a colaboradores.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 105 horas de capacitación en materia ambiental para 35 colaboradores en Planta Bandag. • 40.23 toneladas de llantas recolectadas. • 2,500 árboles de diversas especies plantados. 	
 <p>16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS</p>	<p>Bridgestone México busca ser una compañía eficaz, responsable e inclusiva, en donde sus colaboradores tengan igualdad de participación y representación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 64% de los colaboradores recibieron cursos y evaluaciones en temas de ética y cumplimiento. • Comité de Ética • La empresa se guía por el Código de Conducta de <i>Bridgestone Americas Compliance Center</i> (BACC). • Diversos mecanismos de denuncia. 	

Pilar Sostenible:  Movilidad  Gente  Medio Ambiente



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

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

Sobre este informe

En 2014, por medio de un estudio de materialidad, se delimitaron aquellos asuntos o temas prioritarios para la sostenibilidad de la empresa. En 2015 estos asuntos fueron actualizados acorde a los objetivos estratégicos de la nueva estructura Bridgestone Latinoamérica Norte, BS-LAN y fueron validados por el Presidente de la misma.

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

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.

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

Proceso de materialidad

- **Identificación:** Se visualizaron los asuntos relevantes a través del análisis de la opinión pública y percepción de grupos de interés de manera indirecta, es decir, a través de encuestas y sondeos internos.
- **Priorización:** Los asuntos fueron ponderados y priorizados según la relevancia para la sostenibilidad de negocio en el largo plazo y la percepción de grupos de interés.
- **Validación:** Los contenidos fueron sometidos a valoración y verificación por diferentes áreas y aprobado por la Departamento de Comunicación Corporativa y Responsabilidad Social a fin de seleccionar los enfoques e indicadores a reportar en el informe.

Adicionalmente, por primera vez el informe es verificado por un auditor externo, en términos de cumplimiento con la metodología aplicada (GRI). El proceso de verificación revisó que la publicación de información e indicadores estén alineados a los asuntos materiales reportados.

Principios de elaboración del informe

Equilibrio

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

Comparabilidad

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

Precisión

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

Puntualidad

La Memoria de Sostenibilidad se publicó en 2014 con una cobertura bianual y en 2015 anual, y así se mantendrá los siguientes años.

Claridad

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

Fiabilidad

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

Frente a la información publicada en años anteriores, no se presentó ninguna reformulación de datos que hagan variar la información publicada previamente. Adicional, aunque se cuenta con un Informe regional que consolida las cifras más relevantes de la operación bajo la nueva estructura, el presente informe tiene un enfoque exclusivo a México, por lo cual no existe un cambio significativo en el alcance y cobertura frente años anteriores.

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



Índice GRI

Contenidos básicos generales

Indicador	Referencia	Verificación
G4-1	Pág. 2-4	✓ Pág. 96
G4-2	Págs. 2-4, 9 y 12	✓ Pág. 96
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN		
G4-3	Pág. 21	
G4-4	Págs. 24-25	✓ Pág. 96
G4-5	Pág. 22	✓ Pág. 96
G4-6	Págs. 22 y 25	✓ Pág. 96
G4-7	Pág. 21	✓ Pág. 96
G4-8	Pág. 25	✓ Pág. 96
G4-9	Págs. 22 y 23	✓ Pág. 96
G4-10	Pág. 41	✓ Pág. 96
G4-11	Pág. 41	✓ Pág. 96
G4-12	Pág. 61	✓ Pág. 96
G4-13	Pág. 35	✓ Pág. 96
PARTICIPACIÓN EN INICIATIVAS EXTERNAS		
G4-14	México está adherido a la Declaración de Río en 1992, al cumplir con la normatividad aplicable damos seguimiento al principio de precaución.	✓ Pág. 96

Indicador	Referencia	Verificación
G4-15	Pág. 63	✓ Pág. 96
G4-16	Pág. 63	✓ Pág. 96
ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA		
G4-17	Pág. 89	✓ Pág. 96
G4-18	Págs. 90-91	✓ Pág. 96
G4-19	Pág. 19	✓ Pág. 96
G4-20	Pág. 19	✓ Pág. 96
G4-21	Pág. 19	✓ Pág. 96
G4-22	Pág. 91	✓ Pág. 96
G4-23	Pág. 91	✓ Pág. 96
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS		
G4-24	Pág. 26-29	✓ Pág. 96
G4-25	Págs. 26-29	✓ Pág. 96
G4-26	Págs. 26-29	✓ Pág. 96
G4-27	Págs. 26-29	✓ Pág. 96
PERFIL DE LA MEMORIA		
G4-28	Pág. 89	✓ Pág. 96
G4-29	Pág. 89	✓ Pág. 96

Indicador	Referencia	Verificación
G4-30	Pág. 91	✓ Pág. 96
G4-31	Pág. 91	✓ Pág. 96
ÍNDICE GRI		
G4-32	Pág. 89	✓ Pág. 96
VERIFICACIÓN		
G4-33	Pág. 90	✓ Pág. 96
GOBIERNO		
La estructura de gobierno y su composición		
G4-34	Pág. 35	✓ Pág. 96
G4-35	Pág. 36	✓ Pág. 96
G4-36	Pág. 35	✓ Pág. 96
G4-37	Pág. 39	✓ Pág. 96
G4-38	Pág. 35	✓ Pág. 96
G4-39	Pág. 35	✓ Pág. 96
G4-40	Pág. 35	✓ Pág. 96
G4-41	Pág. 38	✓ Pág. 96
PAPEL DEL ÓRGANO SUPERIOR DE GOBIERNO A LA HORA DE ESTABLECER LOS PROPÓSITOS, LOS VALORES Y LA ESTRATEGIA DE LA ORGANIZACIÓN		
G4-42	Pág. 35	✓ Pág. 96
ÉTICA E INTEGRIDAD		
G4-56	Págs. 7, 36, 37 y 38	✓ Pág. 96
G4-57	Pág. 39	✓ Pág. 96
G4-58	Pág. 39	✓ Pág. 96

Contenidos básicos específicos

Indicador	Referencia	Verificación
CATEGORÍA: ECONOMÍA		
Aspecto: Desempeño económico		
G4-EC1	Pág. 23	✓ Pág. 96
Aspecto: Prácticas de adquisición		
G4-EC9	Pág. 60	✓ Pág. 96
CATEGORÍA: MEDIO AMBIENTE		
Aspecto: Energía		
G4-EN3	Págs. 76 y 80	✓ Pág. 96
G4-EN6	Pág. 77	✓ Pág. 96
G4-EN7	Pág. 77	✓ Pág. 96
Aspecto: Agua		
G4-EN8	Pág. 81	✓ Pág. 96
G4-EN10	Pág. 77	✓ Pág. 96
Aspecto: Biodiversidad		
G4-EN13	Pág. 75	✓ Pág. 96
Aspecto: Emisiones		
G4-EN15	Págs. 78 y 81	✓ Pág. 96
G4-EN16	Págs. 78 y 81	✓ Pág. 96
G4-EN18	Pág. 81	✓ Pág. 96
G4-EN19	Págs. 78 y 81	✓ Pág. 96
G4-EN20	Pág. 82	✓ Pág. 96

Indicador	Referencia	Verificación
G4-EN21	Pág. 82	✓ Pág. 96
Aspecto: Efluentes y residuos		
G4-EN22	Págs. 78 y 81	✓ Pág. 96
G4-EN23	Págs. 79 y 82	✓ Pág. 96
Aspecto: Productos y servicios		
G4-EN27	Pág. 83	✓ Pág. 96
G4-EN28	Pág. 70	✓ Pág. 96
Aspecto: Cumplimiento regulatorio		
G4-EN29	No se presentó ninguna multa significativa en términos ambientales.	✓ Pág. 96
Aspecto: General		
G4-EN31	Págs. 79 y 83	✓ Pág. 96
CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL		
SUBCATEGORÍA: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO		
Aspecto: Empleo		
G4-LA1	Pág. 41	✓ Pág. 96
G4-LA2	Pág. 46	✓ Pág. 96
Aspecto: Salud y seguridad en el trabajo		
G4-LA5	Págs. 42-43	✓ Pág. 96
G4-LA6	Págs. 42-43	✓ Pág. 96
G4-LA8	Págs. 42-43	✓ Pág. 96
Aspecto: Capacitación y educación		

Indicador	Referencia	Verificación
G4-LA9	Págs. 44-45	✓ Pág. 96
G4-LA10	Págs. 44-45	✓ Pág. 96
G4-LA11	Págs. 44-45	✓ Pág. 96
Aspecto: Diversidad e igualdad de oportunidades		
G4-LA12	Págs. 41 y 45, no se cuenta con el desglose del órgano de gobierno.	✓ Pág. 96
Aspecto: Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores		
G4-LA14	Pág. 62	✓ Pág. 96
G4-LA15	Pág. 62	✓ Pág. 96
SUBCATEGORÍA: DERECHOS HUMANOS		
Aspecto: Trabajo infantil		
G4-HR5	Pág. 62	✓ Pág. 96
Aspecto: Trabajo forzoso		
G4-HR6	Pág. 62	✓ Pág. 96
Aspecto: Medidas de seguridad		
G4-HR7		✓ Pág. 96
Aspecto: Derechos de la población indígena		
G4-HR8	No se presentó ninguna multa significativa en términos de derechos de los pueblos indígenas.	✓ Pág. 96
Aspecto: Efluentes y residuos		

Indicador	Referencia	Verificación
G4-HR10	Pág. 62	✓ Pág. 96
G4-HR11	Pág. 62	✓ Pág. 96
Aspecto: Mecanismos de reclamación en materia de derechos humanos		
G4-HR12	No se presentó ninguna multa significativa en términos de derechos humanos.	✓ Pág. 96
SUBCATEGORÍA: SOCIEDAD		
Aspecto: Comunidades locales		
G4-SO1	Págs. 65-72	✓ Pág. 96
G4-SO2	Ninguno	✓ Pág. 96
Aspecto: Lucha contra la corrupción		
G4-SO4	Pág. 38-39	✓ Pág. 96
G4-SO5	Ninguno	✓ Pág. 96
Aspecto: política pública		
G4-SO6	Bridgestone no recibe ni otorga contribuciones económicas por parte del gobierno o partidos políticos.	✓ Pág. 96
Aspecto: Prácticas de competencia desleal		
G4-SO7	Ninguna	✓ Pág. 96
Aspecto: Cumplimiento regulatorio		
G4-SO8	No aplica	✓ Pág. 96
SUBCATEGORÍA: RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS		

Indicador	Referencia	Verificación
Aspecto: Salud y seguridad de los clientes		
G4-PR1	Pág. 57	✓ Pág. 96
G4-PR2	Ninguno	✓ Pág. 96
Aspecto: Etiquetado de los productos y servicios		
G4-PR3	Pág. 57	✓ Pág. 96
G4-PR4	Ninguno	
G4-PR5	Pág. 53	✓ Pág. 96
Aspecto: Comunicaciones de mercadotecnia		
G4-PR6	Ninguno	✓ Pág. 96
G4-PR7	Ninguno	✓ Pág. 96
Aspecto: Privacidad de los clientes		
G4-PR8	Ninguno	✓ Pág. 96
Aspecto: Cumplimiento regulatorio		
G4-PR9	Ninguno	✓ Pág. 96

Carta de verificación



Carta de Verificación Independiente del Informe de Sostenibilidad 2015 de Bridgestone México

Alcance de nuestro trabajo

Se hace de conocimiento de los lectores de este Informe de Sostenibilidad 2015 de Bridgestone, correspondiente a México, que Redes Sociales LT ha efectuado una revisión independiente e imparcial a los procesos de desarrollo de elaboración del mismo, así como a una muestra de indicadores reportados. Nuestro trabajo consistió en una verificación limitada del contenido del informe, validando el nivel de cobertura de los aspectos materiales de conformidad con el estándar del Global Reporting Initiative, GRI G4. Se consideraron las siguientes Normas y estándares: Principios éticos de independencia de ISAE 3000; Actividades establecidas en el estándar AA1000AS; así como la guía metodológica The external assurance of sustainability reporting de GRI.

Conclusiones

El Informe de Sostenibilidad 2015 de Bridgestone México, cumple con los contenidos básicos generales y específicos para estar de conformidad con la opción 'Esencial' de la Guía para la elaboración de Reportes de Sustentabilidad de Global Reporting Initiative, versión G4.

No se evidenció que las muestras finales de información que respaldan los contenidos del reporte de Bridgestone México contengan errores.

Durante el proceso de revisión no se presentaron situaciones que lleven a pensar que los mecanismos de obtención, validación y análisis de datos que ejecuta Bridgestone, no cumplen con principios de trazabilidad, exhaustividad, comparabilidad y verificabilidad de información.

Recomendaciones

Se ha entregado a la compañía un reporte -para consulta interna- que contiene las áreas de oportunidad específicas en cada etapa del proceso de elaboración del Informe.

Declaración de independencia, competencia y responsabilidad de Redes Sociales LT

Los colaboradores de Redes Sociales cuentan con el nivel de competencia necesario para verificar el cumplimiento de estándares utilizados en la elaboración de memorias de sostenibilidad, por lo que pueden emitir una opinión profesional de los reportes de las organizaciones. La responsabilidad de Redes Sociales consistió en llevar a cabo una revisión limitada del informe. En ningún caso nuestra declaratoria de verificación puede entenderse como un informe de auditoría por lo que no se asume responsabilidad alguna sobre los sistemas y procesos de gestión y control interno de los que se obtiene toda la información. Esta Carta de Verificación se emite en el mes de agosto de dos mil dieciséis y es válida siempre que no se efectúen modificaciones posteriores al Informe de Sostenibilidad 2015 de Bridgestone México.

Resumen de las actividades

- Se revisó que la información sobre el estudio de materialidad fuera clara y que los resultados fueran congruentes con los contenidos que se plasmaron en el Informe.
- Se revisaron las bases de datos proporcionadas por las personas a cargo del proceso de elaboración del informe.
- Se solicitaron las revisiones y/o correcciones pertinentes a los resultados de los cálculos que presentaron márgenes de diferencia contra nuestra verificación.
- Hubo una comparación del informe 2015 en relación al de 2014 para revisar la razonabilidad de los datos entre ambos ejercicios.
- Se revisó finalmente el nivel de cobertura de los indicadores incluidos en el informe y la congruencia de la Tabla de Índice GRI.

Mariana Martínez Valerio
Redes Sociales en LT S.A. de C.V.

T. (55) 54 46 74 84 / contacto@redesociales.com

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





MÉXICO

INFORME DE SOSTENIBILIDAD
2015