



**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 **Costa Rica** 20

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



Gobierno **corporativo** 34

- Gestión de riesgo
- Ética



Prácticas **laborales** 38

- Colaboradores
- Salud y seguridad
- Capacitación
- Prestaciones
- Amenidades
- Atracción de Talento
- Iniciativas de Reconocimiento
- Equilibrio entre vida personal y laboral
- Campañas de concientización interna



Atención al **cliente** 50

- Ventas



Prácticas justas **de operación** 54

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



Apoyo y vinculación con la **comunidad** 62

- Voluntariado
  - Comunidad
  - Seguridad Vial
  - Medio Ambiente
  - Teatro
  - Coro



Medio **ambiente** 68

- Carbono Neutro
- Energía
- Emisiones
- Agua
- Residuos
- Eficiencia Ambiental en la Producción
- Gastos e inversión en la protección del medio ambiente
- Compras Sostenibles
- Contribución a la Biodiversidad



Derechos **Humanos** 80

Sobre este **informe** 84





Las ventas regionales ascendieron a los

**\$801,831**

millones de dólares.

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

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

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

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

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

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

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

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



## Mensaje del Presidente

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

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



En 2015 se logró reunir el trabajo de



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



**9,420** horas de voluntariado.

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

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

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

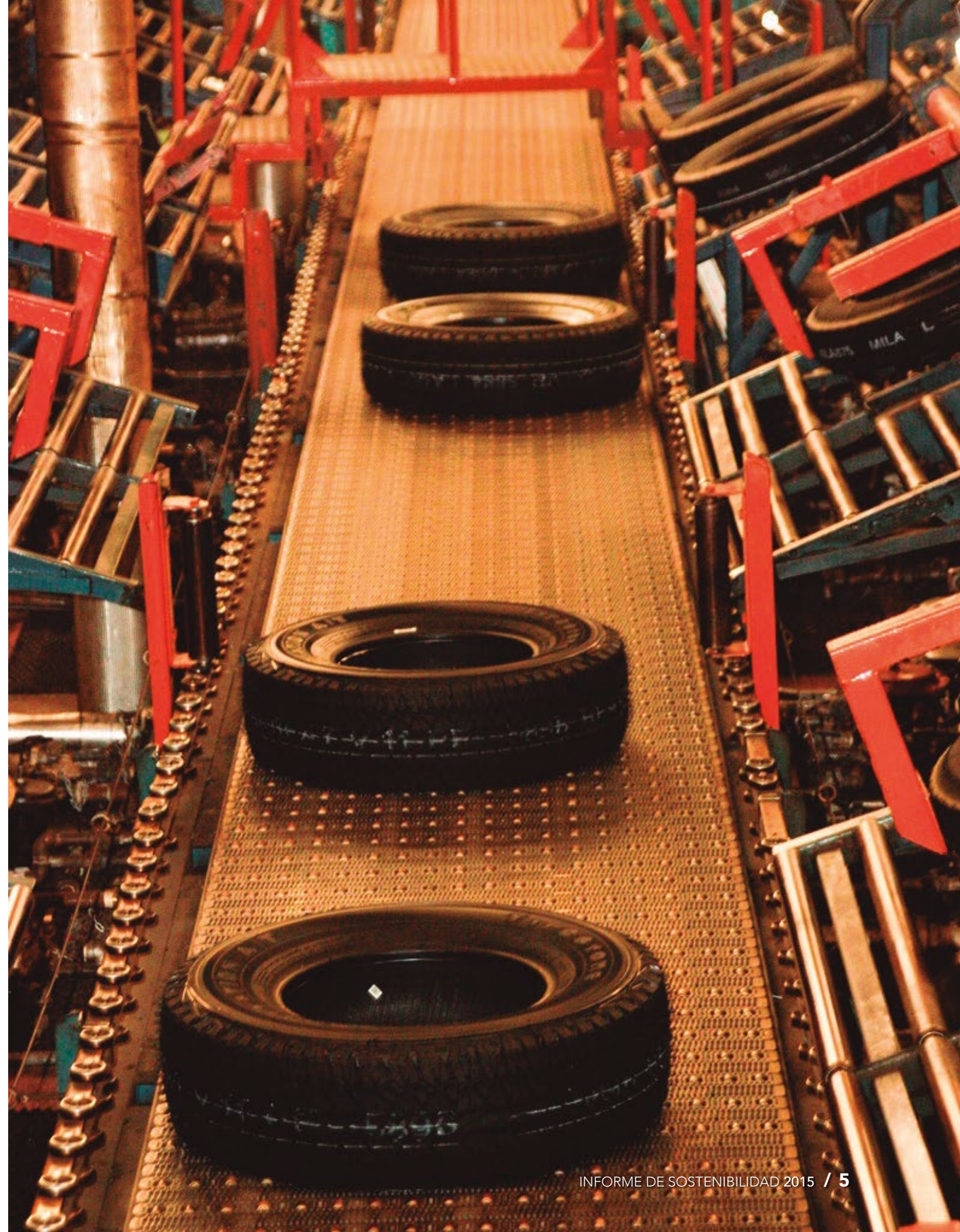
Con respecto a las medidas ambientales, se destaca que las emisiones de CO<sub>2e</sub> en 2015 de México y Costa Rica se redujeron frente al 2014, gracias a mejoras como la utilización de gas natural para calderas en México y la obtención de energía a través de biomasa a partir de pellets de madera,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

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

Cordialmente,

**Dr. Daniel Benvenuti**

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







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

# Perfil de la empresa



## The Bridgestone Essence

LA ESENCIA BRIDGESTONE

Mission  
Misión

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

Foundation  
Fundamentos

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

Shinshu-Dokuso  
[Creative Pioneering]  
[Innovación]

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

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

**BRIDGESTONE**

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



Capitalización

**¥ 126.354** millones (JPY)



Sede corporativa en Japón

**4** sedes regionales:

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

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





## Empleados

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



## Ventas anuales

**¥ 37.902** millones (JPY)



## 166 plantas en total

(Llantas, materia prima, productos diversificados)

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



## Presencia en 26 países

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

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

## Principales productos y servicios

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

## Código de Conducta

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

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

## Comité de Crisis Bridgestone Latinoamérica Norte BS - LAN

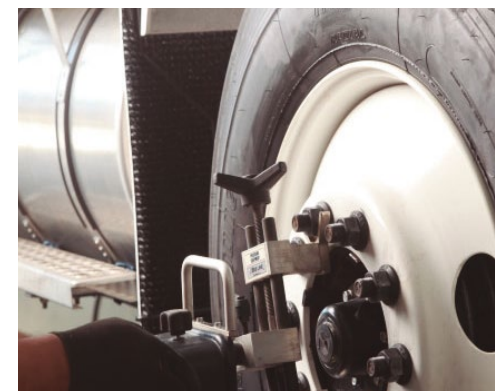
Con el propósito de tener a disposición un plan de respuesta ante situaciones críticas para las operaciones, la región cuenta con un Comité de Crisis con las herramientas necesarias para responder de forma rápida, eficaz, efectiva y estructurada a cualquier evento de crisis.

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

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

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

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







## Misiones

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

## Ambiental

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

### Declaración de Misión Ambiental de Bridgestone

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

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

Por lo tanto, nos centramos en tres objetivos.



**En armonía con la naturaleza**

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



**Valorar los recursos naturales**

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



**Reducir las emisiones de CO<sub>2</sub>**

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

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



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



## Crear Valor y Confianza para el Cliente

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



## Calidad

Ayudados en su Misión de Calidad, Bridgestone mejora sus procesos entregando una calidad superior de productos y servicios 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.

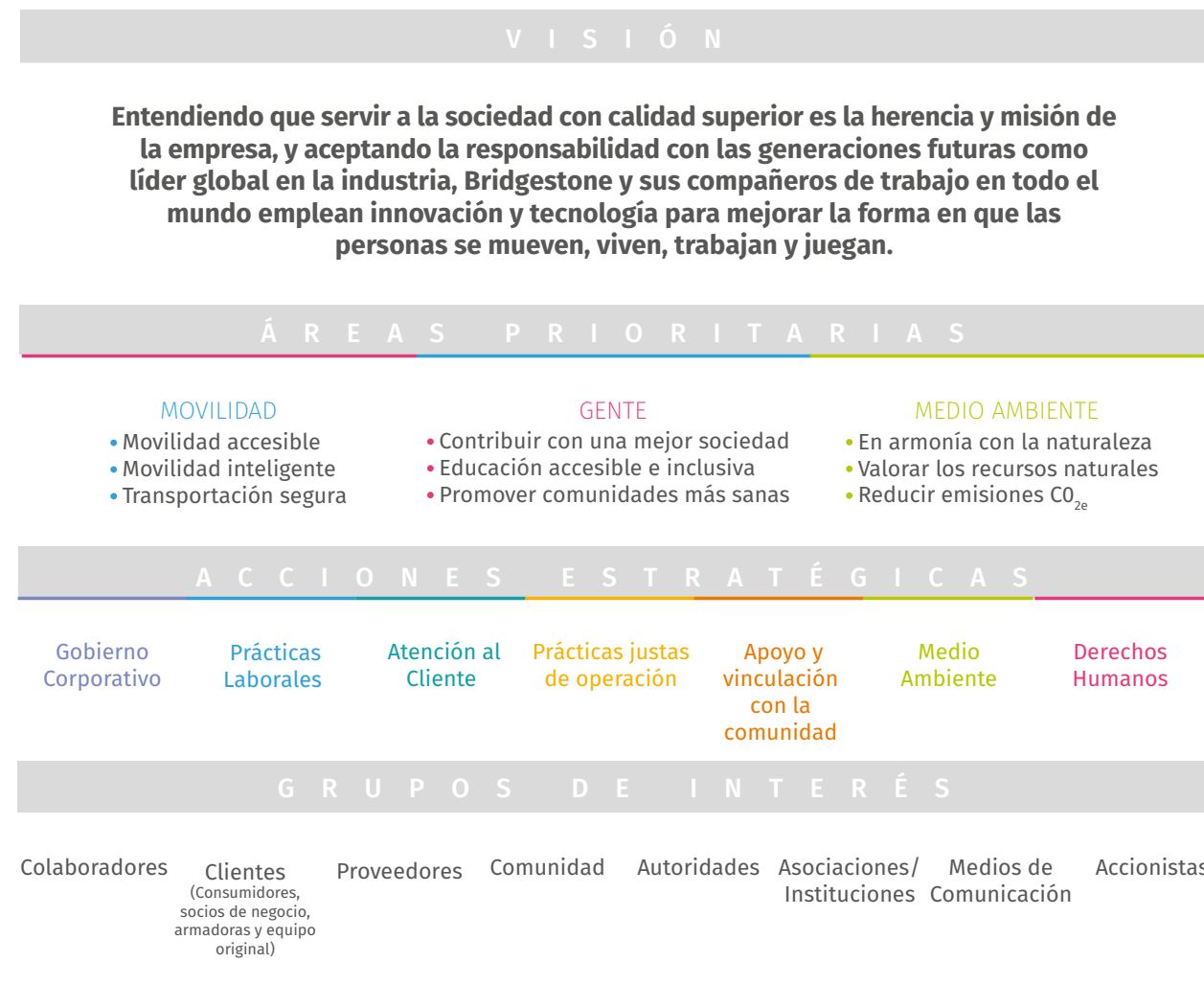
El área de Comunicación Corporativa y Responsabilidad Social fundamenta sus actividades acorde al reciente Modelo de Sostenibilidad, el cual se establece desde el corporativo de Bridgestone, en Japón. El modelo adapta los tres aspectos integrados en su visión en siete acciones estratégicas, que a su 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 Costa Rica se realizó a través de la matriz de asuntos claves que establece la Norma de Responsabilidad Social INTE 350101 de INTECO, así como un estudio de Percepción y RSE realizado en el 2014.

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 Costa Rica	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
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 Costa Rica cuenta en su planta Belén con un total de 914 colaboradores. Se producen 11.400 neumáticos por día y la suma total durante 2015 ascendió a 3.260.000 unidades. Las ventas del mismo año consistieron en un total de \$206.636 millones de dólares.**

## Historia

La empresa que hoy se conoce como Bridgestone Costa Rica inició en 1967 en la provincia de Heredia, bajo el nombre de Firestone de Costa Rica. Esta empresa contó en sus inicios con 200 asociados que producían a diario 425 llantas. Sin embargo, en el 2009 la empresa cambió su razón social a Bridgestone de Costa Rica (BSCR) y con esto inició una rápida escalada de crecimiento y productividad, la cual llegó a alcanzar una operación que suma 914 colaboradores que apoyan la fabricación diaria de aproximadamente 11.400 neumáticos.

Alcanzar este nivel de producción marcó trascendentalmente a la empresa y abrió el camino a Bridgestone Costa Rica para destacarse por la amplia gama de modelos y categorías de llantas que ofrece al mercado de Centroamérica y el Caribe.

# Bridgestone Costa Rica

Inicia operaciones Industrias Firestone de Costa Rica. A principios de los años setenta se fabricaban 1.200 llantas por día.

A finales de los 80s, Bridgestone Corporation adquirió la Firestone Rubber Company.

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 Costa Rica adquirió entonces su nombre actual: Bridgestone Costa Rica.

1967

1985

1988

1996

2008

2015

SUMMA S.A. adquirió la compañía, cambiando la razón social a Industrias Akron de Costa Rica S.A. Para este momento se fabricaban 2.200 llantas por día.

Se constituyó una alianza estratégica con la corporación Bridgestone y cambió la razón social a Firestone de Costa Rica S.A.

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.**



## Cifras relevantes



**Sede corporativa y planta(s)**  
Belén de Heredia, Costa Rica.



### Mercados atendidos (países)

Aruba, Costa Rica, El Salvador, Gran Caimán, Guatemala, Haití, Honduras, Nicaragua, Panamá, Puerto Rico, República Dominicana, Trinidad y Tobago, Jamaica, Santa Lucía, Belice, Curazao, Guyana, Surinam, Barbados, Bermuda y Bahamas



**Puntos de venta**  
**161**



**Ventas 2015**  
**\$206.636** millones de dólares.



**Fabricación de neumáticos por día**  
**11.400** neumáticos.



**Producción total**  
**3.260.000** neumáticos.



**Total de empleados** (mujeres/hombres).  
**914**  
(59 mujeres y 855 hombres).



**Valor económico**  
(generado, distribuido y retenido).

- **Generado:** \$206 millones de dólares.
- **Distribuido:** \$198 millones de dólares.
- **Retenido:** \$8 millones de dólares.



**Horas de voluntariado y total de participantes**

- **5.005** horas.
- **439** voluntarios.



**Horas de promedio de capacitación por empleado**

**60** horas.



**Total de emisiones (CO<sub>2e</sub>) generadas**

**14.776** toneladas CO<sub>2e</sub>.



**Beneficiados por los programas de voluntariado**

**21.571** beneficiados.







## Productos y servicios

Bridgestone desarrolla, fabrica y comercializa una gran variedad de llantas 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.

### Automóvil

Mediante las marcas de Bridgestone y Firestone se fabrican llantas para consumo masivo en vehículos livianos. En este segmento también se fabrican llantas de equipo original para las marcas Toyota, Chrysler y Volkswagen.

### Camión

Las marcas de Bridgestone y Firestone fabrican llantas para consumo de camiones y vehículos pesados, que utilizan llantas más gruesas y de mayor tamaño.

### Agrícola

Bridgestone Costa Rica desarrolla llantas para el sector agrícola como tractores y otro tipo de maquinaria cuyo uso sea fuera de la carretera.

## Reencauche

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 desechados. Asimismo, representa un apoyo económico porque reduce los costos de manera importante.

Además, en 2015 se introdujeron tres nuevos productos:

### F600 de Firestone

Aplicación: automóvil, uso en carretera. Seguridad, confort, estabilidad y adherencia al asfalto. Con un diseño moderno, demuestra su alto rendimiento en curvas y en pistas mojadas.

### Dueler HT 684

Aplicación: camioneta. Mayor confort y silencio al conducir, diseño elegante.

### Dueler Revo II

Aplicación: camioneta. Facilita la conducción a pesar de condiciones adversas. Provee un alto rendimiento y conducción silenciosa en todo terreno.

## Mercado

Costa Rica atiende un total de 21 mercados en los que comercializa sus productos por medio de la figura de distribuidores (clientes directos de la empresa) que trabajan con consumidores finales, flotas corporativas y gubernamentales.













## Grupos de interés

Bridgestone Costa Rica 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



Grupo de interés	Expectativa	Respuesta	Canales de comunicación	Frecuencia de contacto
 <b>Colaboradores</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Un mejor lugar para trabajar</li> <li>Atracción y retención del talento</li> <li>Planes de carrera</li> <li>Formación y desarrollo profesional</li> <li>Integración entre equipos de trabajo y objetivos de la empresa</li> <li>Balance vida-trabajo</li> <li>Seguridad y salud laboral</li> <li>Compensación y beneficios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><i>Great Place to Work</i></li> <li>Iniciativas de reconocimiento: Mención Honorífica, <i>President Award</i>, Asistencia Perfecta, Antigüedad, Mejor Líder GPTW, Héroes SAC (Seguridad, Ambiente y Calidad), Cero Accidentes</li> <li>Planes de sucesión-programa "Evolución"</li> <li>Alianzas con escuelas de negocio en Costa Rica</li> <li>Campañas de concientización interna y actividades deportivas Bridgestone</li> <li>Actividades deportivas Bridgestone</li> <li>Formando ciudadanos Bridgestone</li> <li>Capacitaciones y auditorías de seguridad y salud ocupacional</li> <li>Campañas de concientización interna</li> <li>Asociación Solidarista</li> <li>Comedor subsidiado</li> <li>Gimnasio para colaboradores</li> <li>Prestaciones superiores a las de ley</li> <li>Programa Preparación para la jubilación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reuniones</li> <li>Actividades</li> <li>Comunicación interna</li> <li>Reuniones</li> <li>Capacitación</li> <li>Comunicación interna</li> <li>Actividades</li> <li>Comunicación interna y actividades</li> <li>Reuniones</li> <li>Cursos y revisiones (auditorías)</li> </ul>	
 <b>Proveedores</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Prácticas comerciales equitativas</li> <li>Competencia justa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Políticas de compras</li> <li>Desarrollo de proveedores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reuniones y evaluación de proveedores</li> <li>Capacitaciones</li> </ul>	
 <b>Asociaciones/Instituciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Alianzas para promover el desarrollo de la industria</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Participación en cámaras y asociaciones</li> <li>Promoción de mejores prácticas para el desarrollo del gremio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reuniones</li> <li>Correo electrónico</li> <li>Visitas a conocer la planta y sistemas de calidad, entre otros</li> </ul>	
 <b>Accionistas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Resultados económicos positivos</li> <li>Mejora en la participación de la empresa en el mercado y el posicionamiento de marca</li> <li>Mantenimiento del prestigio de la empresa en la comunidad</li> <li>Uso eficiente de los recursos energéticos</li> <li>Respeto por los intereses patrimoniales de los accionistas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gestión financiera exitosa</li> <li>Campañas de Mercadeo</li> <li>Estrategias de Ventas</li> <li>Programas de Responsabilidad Social y voluntariado</li> <li>Programas ambientales</li> <li>Transparencia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informes financieros</li> <li>Reportes de mercadeo</li> <li>Actividades, reportes y gestión de prensa</li> <li>Informes de desempeño ambiental</li> <li>Informes financieros</li> </ul>	



Grupo de interés	Expectativa	Respuesta	Canales de comunicación	Frecuencia de contacto	
 <b>Armadoras</b> (Equipo original)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Innovación tecnológica</li> <li>Calidad superior y seguridad</li> <li>Cumplimiento en los tiempos</li> <li>Comunicación constante</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sistemas de Gestión de Calidad</li> <li>Cumplimiento absoluto</li> <li>Innovación y oferta única por cliente</li> <li>Satisfacción de sus necesidades</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reuniones</li> <li>Investigación y desarrollo</li> <li>Correo electrónico</li> <li>Comunicación directa y permanente con todo el equipo de ventas y comercial</li> </ul>		
	 <b>Cientes</b>	 <b>Socios de Negocios</b> (Distribuidores)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estrategias de marketing y publicidad</li> <li>Campañas de promoción</li> <li>Capacitación y formación</li> <li>Oferta diferenciada en relación a la competencia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reuniones</li> <li>Encuestas</li> <li>Capacitaciones</li> <li>Encuentros anuales</li> <li>Auditorías</li> </ul>	
		 <b>Consumidor final</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Precio vs Calidad</li> <li>Seguridad en los neumáticos</li> <li>Atención y seguimientos a sus necesidades</li> <li>Información sobre el cuidado de los neumáticos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Diversas promociones durante el año</li> <li>Garantías en neumáticos</li> <li>Campañas de sensibilización para medir la presión de los neumáticos y recomendaciones de seguridad al conducir</li> <li>Reconocimientos a su lealtad</li> <li>Oferta de valor diversificada</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Encuestas de satisfacción</li> <li>800 llantas - Centro de atención a clientes</li> <li>Estudios de mercado</li> <li>Redes sociales</li> <li>Patrocinios</li> </ul>
 <b>Comunidad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cuidado del medio ambiente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Parques <i>B-Happy</i></li> <li>Recolección de llantas</li> <li>Actividades de voluntariado con impacto ambiental</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Campañas de comunicación hacia colaboradores y comunidad</li> </ul>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Voluntariado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Apoyo a zonas indígenas</li> <li>Seguridad vial</li> <li>Desarrollo social</li> </ul>			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Donaciones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Donación de llantas</li> <li>Donaciones en efectivo</li> <li>Donación de libros para escuelas de la comunidad</li> <li>Donación en especie ante desastres naturales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comunicación directa con organizaciones sociales (correos electrónicos y llamadas)</li> <li>Campañas</li> </ul>		
 <b>Autoridades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cumplimiento a la normatividad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Monitoreo y aplicación de las normativas inherentes a la operación del negocio en el país</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reuniones y participación en asociaciones e iniciativas del sector</li> </ul>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Generar alianzas para el desarrollo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Trabajo en conjunto con Ministerio de Salud, Ministerio de Educación, COSEVI, entre otros</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Correo electrónico</li> <li>Vía telefónica</li> <li>Reuniones</li> </ul>		
 <b>Medios de comunicación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Información clara y veraz</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Atención y envío de información ante cualquier iniciativa o campaña</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Correo electrónico</li> </ul>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Datos relevantes para sus publicaciones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Apoyo ante cualquier información solicitada</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Eventos</li> </ul>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Entrevistas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Boletines de prensa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vía telefónica o presencial</li> </ul>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Publirreportajes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Entrevistas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Conferencias de prensa</li> </ul>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Temas coyunturales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Participación en asociaciones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reuniones</li> </ul>		



## Premios y certificaciones

### Premios:

- **Galardón del Programa Bandera Azul Ecológica**, en la categoría de Acciones para enfrentar el Cambio Climático, por cuarto año consecutivo.
- **Internal Environmental Awards**, en la categoría de innovación ambiental: “Caldera de Biomasa”, otorgado por Bridgestone Americas.
- **Bridgestone Americas Awards**, en la categoría de Excelencia Ambiental: “Caldera de Biomasa”, otorgado por Bridgestone Japón.
- **Premio “Responsabilidad Social en Acción 2015”** Categoría Colaboradores, otorgado por AMCHAM.
- **Reconocimiento Great Place to Work 2015**. (Posición 3)
- Beneficio por **Homologación de la Gestión Preventiva 2015**, otorgado por el Instituto Nacional de Seguros.
- **“Compromiso con la Excelencia”** por parte de la Cámara de Industrias de Costa Rica, en el proyecto Mejora del CpK de la viscosidad en hules del departamento de mezclado.
- **“Compromiso con la Excelencia”** por parte de la Cámara de Industrias de Costa Rica, en el Proyecto Reducción de demoras en la máquina KBN2#1, por cortes inadecuados de la cuchilla del sellante.

### Certificaciones:

- **INTE 35-01-01** Sistema de Gestión de Responsabilidad Social.
- **INTE OHSAS 18001** Sistema de Gestión de Prevención de Riesgos Laborales.
- **INTE ISO 14064-1** Sistema de Gestión para la cuantificación y el informe de las emisiones y remociones de gases de efecto invernadero.
- **ISO/TS 16949** Especificación Técnica de equipo original.
- **INTE ISO 14001** Sistema de Gestión Ambiental.
- **ISO 9001** Sistema de Gestión de Calidad.
- **INTE ISO 9001** Marca de Conformidad del Producto.
- **Norma BASC** Seguridad Patrimonial (*Business Alliance for Secure Commerce*. Versión 4-2012).
- Licenciamiento de uso de la Marca País **“Esencial Costa Rica”** para uso corporativo y producto. Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica.
- **INTE ISO/IEC 17025** Acreditación de Pruebas de Laboratorio. Pruebas Físicas Producto Terminado BSCR (Lab. QA).
- **INTE ISO/IEC 17025** Acreditación de Pruebas de Laboratorio de Calibración de Equipos de Medición.







## Desempeño de la **sostenibilidad**



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

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

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





## Gobierno corporativo

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



**100%** de los colaboradores están incluidos en el programa de capacitación del sistema *Bridgestone Americas Compliance Center* (BACC).



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



Se consolidó el **programa Compliance USA**, el cual contó con cursos anuales del sistema *Bridgestone Americas Compliance Center* (BACC).



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

En enero de 2015 se anunció la creación de la nueva unidad de negocios que reúne la gestión de las operaciones de México, Costa Rica (Centroamérica 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.





## Gestión de riesgo

En Bridgestone Costa Rica se considera la previsión y la administración de los riesgos como un elemento esencial para asegurar la sostenibilidad del negocio. Durante 2015 participaron varios de los actores claves de la empresa en talleres de repuesta ante crisis, con la intención de definir qué hacer y cómo actuar ante una situación de tal naturaleza.

Los pasos a seguir en caso de presentarse una situación de riesgo son:

- Estudiar el problema
- Valorar la gravedad del mismo
- Tomar decisiones de comunicación
- Definir voceros
- Considerar la postura oficial de la empresa

Además, se cuenta con el sistema *Bridgestone Americas Compliance Center* (BACC), que proporciona la base para que todas las decisiones y actividades sean ejecutadas con integridad, apegándose en todo momento a los valores, políticas y reglamentos internos, así como al cumplimiento de cualquier marco legislativo aplicable a sus operaciones.

## Ética

Dentro de los logros de Bridgestone Costa Rica en 2015, está la consolidación del programa *Compliance USA*, el cual contó con cursos anuales del sistema *Bridgestone Americas Compliance Center* (BACC). También se obtuvo la *Certificación Anual Compliance*, se impartieron cursos del Código de Conducta durante las sesiones de inducción y en programas de *e-learning* para colaboradores. Adicionalmente, se distribuyeron boletines mensuales con contenido ético, se llevó a cabo la Semana de Ética y un ejercicio de “trivia” con preguntas relacionadas con el tema.

### Comité de Ética

El Comité de Ética de Bridgestone Costa Rica está conformado por nueve integrantes, representantes de todas las áreas de la planta. La función del Comité es atender todas las inquietudes relacionadas con incumplimientos de los lineamientos establecidos en cualquier política o procedimiento de la empresa. Durante 2015, el Comité se reunió en seis sesiones.

### 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*, 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 charlas 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).

Además, se tuvo la incorporación de una “trivia” en la Semana de Ética para el conocimiento sencillo y rápido del Código entre los colaboradores y se realizó una campaña interna de promoción de la línea de denuncia 800. Se contó adicionalmente con cursos presenciales para los colaboradores, boletines mensuales con contenido ético y entrega de panfletos sobre principios explicados del Código de Conducta.

### Mecanismos de denuncia

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



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

- Comunicación directa con el jefe o con Recursos Humanos
- Comunicación directa con el Departamento Legal
- Comunicación con el Comité de Ética
- Línea ética: 00 800 011 1100

### Capacitación en Código de Conducta

Como parte de los esfuerzos de Bridgestone Costa Rica, se capacitó al 100% de los colaboradores sobre el Código de Conducta. En las sesiones se incluyó la instrucción sobre derechos y responsabilidades propios y de los compañeros de trabajo y las partes interesadas.

### Ética en el negocio

Bridgestone Costa Rica trabaja por construir relaciones de confianza con todos sus grupos de interés y por ayudar a lograr la sostenibilidad del negocio y la diferenciación en el mercado. En ese contexto de prácticas éticas de negocio, 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 que giraron en torno a conflictos de interés, leyes de competencia, patentes y seguridad informática.





Los colaboradores de Bridgestone Costa Rica 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



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



**54.760** horas de capacitación en el año y **60 horas promedio** de formación por empleado.



**\$180.798** dólares de inversión en capacitación.

## Prácticas laborales



El **índice de rotación** fue del **0,46%**



**Cero** enfermedades profesionales.



**6,4%** del personal son **mujeres**.



**73** nuevas contrataciones en 2015.







## Colaboradores

Los colaboradores de Bridgestone Costa Rica son de suma importancia para la empresa. Es a través de ellos que la empresa puede alcanzar el éxito y afrontar los retos que se presenten en un futuro. En 2015 la plantilla estuvo conformada por 914 colaboradores (59 mujeres y 855 hombres).

El 100% de los directores de Bridgestone Costa Rica son hombres, el 12% de mandos intermedios son mujeres, y el 56% de los asistentes son hombres. El porcentaje de rotación de personal es de 0,46%.

Durante el 2015, se contrataron 5 mujeres y 68 hombres, sumando un total de 73 nuevas contrataciones.

2015		Total de empleados
 <b>Hombres</b>	Menores de 25 años de edad	53
	Entre 25 y 30 años de edad	164
	Entre 31 y 40 años de edad	320
	Entre 41 y 50 años de edad	211
	Más de 51 años de edad	107
 <b>Mujeres</b>	Menores de 25 años de edad	8
	Entre 25 y 30 años de edad	21
	Entre 31 y 40 años de edad	16
	Entre 41 y 50 años de edad	7
	Más de 51 años de edad	7

## Salud y seguridad

En general, Bridgestone Costa Rica cuenta con programas de orientación para colaboradores nuevos. Estas capacitaciones incluyen las temáticas de buenas prácticas de manufactura, bloqueo y tarjeteo LOTO, trabajos en caliente, trabajos en altura y trabajos en espacios confinados. De igual manera, se facilitan cursos en Hot Bach, uso de extintores y mangueras de incendio y Simulador de Seguridad.

Con modalidad de brigadas, se imparten capacitaciones en prevención y combate de incendios, evacuación, primeros auxilios, resucitación cardio pulmonar, rescate, rescate en altura, rescate en espacios confinados, derrames de productos químicos, manejo de abejas, entre otros.

Para proteger a los colaboradores, se cuenta con una instrucción de trabajo que permite al asociado negarse a desempeñar sus funciones si considera que las condiciones de seguridad no son adecuadas; lo anterior, sin temer a represalias. En estos casos, se da inmediata evaluación y corrección a las medidas.

Como logros en el área de Salud y Seguridad, Bridgestone en 2015:

- Alcanzó el índice de frecuencia de IR 2.08. Si bien es cierto que es superior al del año 2014 (el cual fue excepcional), se logró estar por debajo de la meta de la empresa.
- Alcanzó el índice de Severidad de SR 40.04, el cual estuvo por debajo del año 2014 y por debajo de la meta.

- Renovó la Certificación del Sistema de Gestión de Salud y Seguridad Ocupacional OHSAS 18001, otorgada por INTECO (Instituto de Normas Técnicas Costarricense).
- Recibió el beneficio de homologación de la Póliza de Riesgos del Trabajo, gracias al cual el Instituto Nacional de Seguros devolvió aproximadamente \$9.500 dólares de primas por excelente desempeño en el sistema de Gestión de Salud y Seguridad Ocupacional de Bridgestone Costa Rica.

Además, en Bridgestone Costa Rica los colaboradores tienen acceso a médico general, así como a consultas de nutrición, psicología y fisioterapia.



## Actividades deportivas

Bridgestone apoya a los grupos de colaboradores que se desarrollan en diversas disciplinas como baloncesto, *mountain bike*, atletismo y montañismo. Durante el 2015 se impartieron clases de zumba una vez a la semana y se realizaron campeonatos internos de fútbol 5 (además, la selección de futbol Bridgestone participó en el Torneo de Juegos Laborales a nivel nacional).







G4-LA9, G4-LA10, G4-LA11

## Capacitación

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

Es por esto que en 2015 se logró un total de 914 colaboradores capacitados, entre los cuales se encontraron directores, gerentes, mandos intermedios y asistentes. La suma fue de 54.760 horas de capacitación en total, dando un promedio de 60 horas por colaborador. En comparación con el año anterior, se presentó un incremento del 13%, aumentando el promedio de horas de capacitación por colaborador de 53 a 60 horas.

De los 914 colaboradores capacitados, 59 fueron mujeres y 855 hombres. El total de horas de capacitación por género consistió en 50.953 horas para los hombres y 3.807 horas para las mujeres. Esto dio un promedio de 60 horas de capacitación para los hombres y 63 para las mujeres.

### Costa Rica – Capacitación Técnica colaboradores administrativos

Horas Capacitación 2015	
TOTAL CAPACITACIÓN colaboradores administrativos:	<b>3.758</b>

### COSTA RICA – Desarrollo colaboradores administrativos

Horas Capacitación 2015	
Programas de desarrollo en idiomas y habilidades gerenciales	<b>12.836</b>



### COSTA RICA – Capacitación Técnica colaboradores de planta

Horas Capacitación 2015	
TOTAL CAPACITACIÓN colaboradores de planta:	<b>35.786</b>

### COSTA RICA – Desarrollo colaboradores de planta

Horas Capacitación 2015	
TOTAL DESARROLLO colaboradores de planta:	<b>2.380</b>
<b>TOTAL:</b>	<b>54.760</b>





## Prestaciones

Bridgestone 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.

El monto destinado para las prestaciones incluye los aportes para los regímenes de IVM (invalidez, vejez y muerte); enfermedad y maternidad, INA, IMAS, asignaciones familiares, fondo de capitalización laboral, régimen obligatorio de pensiones complementarias y Banco Popular. Además, los colaboradores cuentan con una Asociación Solidarista de la cual pueden formar parte desde el momento en el que ingresan a la organización.

### Programa Preparación para la Jubilación

Dentro del Programa Preparación para la Jubilación, la trabajadora social de la empresa recibió dos sesiones de actualización por parte de la Caja Costarricense del Seguro Social. Se llevó capacitación sobre el Régimen de Invalidez, Vejez y Muerte, Fondo de Capitalización Laboral, y el Régimen Obligatorio de Pensiones, así como talleres sobre autoestima, mitos de la jubilación y preparación económica.

Se impartieron dos charlas de seguimiento para el primer grupo de asociados que se formó en el 2014. Se jubilaron un total de ocho personas en el 2015.

## Amenidades

### Sala de idiomas y sala lounge para refrigerios

La sala de idiomas está totalmente equipada y diariamente a disposición de los interesados, tiene capacidad para unas 10-12 personas y regularmente es utilizada por alrededor de 50 usuarios que están en el programa interno de inglés.

Además de esta sala, se construyó un área para servir refrigerios (*lounge*), la cual cuenta con todas las condiciones para que los asociados puedan disfrutar de sus momentos de descanso en forma confortable, a la vez que socializan.

## Atracción de talento

### Experiencia Profesional Bridgestone

La empresa dispone del programa Experiencia Profesional 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 de Costa Rica, o ser contratados tiempo completo al final de su pasantía. En 2015 fueron 37 becarios los que participaron en este programa de experiencia profesional y el 19% de ellos fueron contratados.



### Programa de Atracción de Talento Técnico (PATT)

Es un programa que se creó y ejecutó en el 2015 para identificar, atraer, reclutar y seleccionar personal técnico talentoso. Esto se realizó a través del enlace con colegios técnicos profesionales en las carreras de Mecánica de Precisión, Mecánica General y Electrotecnia. De 80 estudiantes que aplicaron a este programa, se seleccionaron 14 para realizar la práctica supervisada y al finalizar se contrató a tres participantes como asociados base.

### Programa “Evolución”

Este programa tiene como objetivo desarrollar al personal talentoso del proceso productivo con el fin de prepararlos para asumir nuevos retos en posiciones claves de la organización. Durante el 2015, seis de ocho participantes alcanzaron una promoción interna en sus divisiones.

## Iniciativas de reconocimiento

Bridgestone considera que el reconocimiento es una herramienta de gestión que refuerza la relación que tiene con sus colaboradores. Estima también que sirve para originar cambios positivos al interior de la organización y para reforzar las acciones y comportamientos que se desea que los empleados prolonguen. Dentro de las acciones que se tomaron para hacer reconocimiento de los colaboradores se encuentran las que se mencionan a continuación.

### President Award

En el 2015 se otorgó reconocimiento a doce Asociados con el *President Award* por diferentes proyectos sobresalientes en la compañía.



## Asistencia perfecta

El número de asociados base que no perdieron un solo día de trabajo aumentó a 357, en comparación con 2014, que fue de 348. Esta cifra representa el 57% de la población meta. Cada uno fue reconocido por su compromiso y puntualidad.

## Héroes SAC (Seguridad, Ambiente y Calidad)

En 2015 se gratificó con una premiación a diez asociados base que, con sus acciones diarias, lograron convertirse en ejemplo dentro de sus divisiones al descubrir, reportar o mejorar potenciales riesgos en seguridad, ambiente y calidad.

## Antigüedad

En el 2015 se otorgó reconocimiento por antigüedad en la empresa a los colaboradores que han prestado sus servicios y que han sido parte de la fuerza laboral de Bridgestone Costa Rica. Se reconoció a:

- 57 asociados por 5 años
- 36 asociados por 10 años
- 21 asociados por 15 años
- 11 asociados por 20 años
- 4 asociados por 25 años
- 6 asociados por 30 años
- 1 asociado por 35 años
- 2 asociados por 40 años



## Formando ciudadanos Bridgestone

En el 2015 se realizó la novena edición de este programa, en la cual participaron 180 niños y niñas, hijos de colaboradores. El programa consiste en un taller de verano de una semana en el que se trabaja por grupos con niños desde los seis años hasta adolescentes de 17 años. Tiene como objetivo principal transmitir los valores y la cultura Bridgestone en las familias de los colaboradores. Cada año se abordan temas diversos a través de juegos y charlas con especialistas. En 2015 se formaron en temas varios como el impacto del cambio climático, comunicación no verbal, manejo de emociones y manualidades con materiales reutilizables de la planta.

## Programa Triple P

El objetivo de este programa es brindar una guía a los padres de familia Bridgestone sobre cómo educar a sus hijas e hijos de manera asertiva. El programa se da por medio de tres seminarios dinámicos impartidos en las instalaciones de la empresa por los facilitadores del programa Triple P:

- El poder de la parentalidad
- Criar niños y niñas seguros y capaces
- Criar niños y niñas resilientes

En 2015 se contó con la participación de 45 asociados, quienes tenían la posibilidad de asistir con su pareja o con algún familiar. Durante el año, se impartió un taller al mes durante los meses de mayo, junio y agosto.

## Equilibrio entre vida personal y laboral

**La existencia de un equilibrio laboral y familiar permite que los colaboradores tengan un mejor desempeño en sus actividades diarias. Bridgestone, preocupado por el bienestar integral de sus trabajadores, comprende que la estructura familiar tiene una gran importancia dentro de la vida de los mismos y es por esto que extiende beneficios y programas a sus familias.**







## Nutrición

En el área de nutrición, se fomentaron mejores hábitos alimenticios a través de Nutri-Breves, cápsulas informativas relacionadas con la nutrición y los buenos hábitos. Se difundieron mensajes con recetas fáciles y saludables para realizar en casa y se tuvo una feria de productos saludables. De igual manera, se promocionaron pláticas acerca de cómo se pueden prevenir enfermedades mediante una buena alimentación.

## Días Internacionales

En general, Bridgestone Costa Rica conmemoró el Día de la Cero Discriminación, el Día Internacional de la Familia, el Día Internacional de la Mujer y el Día Internacional de Niños Víctimas Inocentes de la Agresión. En relación con lo anterior, se difundieron cápsulas informativas que permitieron a los colaboradores conocer más y reflexionar acerca de estos temas.

## Campañas de concientización interna

**Bridgestone, con el fin de mantener a sus colaboradores al tanto de los temas más importantes dentro de la empresa, hace campañas de concientización interna que funcionan como constante recordatorio y enseñanza para los colaboradores.**

### Ética

La empresa trabajó con mensajes mensuales de ética que se alinean con el Código de Conducta de Bridgestone Americas. Además, se celebró la Semana de la Ética en Bridgestone Costa Rica, que consistió en el envío de mensajes claves y afiches, así como en un juego de trivia con más de 460 participantes.

También se difundieron mensajes regionales durante la Semana de la Ética de Bridgestone Latinoamérica.

### Salud

Con la preocupación por promover la buena salud entre los colaboradores de Bridgestone, en 2015 se difundieron cápsulas informativas y preventivas sobre el zika, dengue y chikungunya. Se contó además con la celebración de la Semana Nacional de la Salud Mental, en la que se hizo énfasis en la importancia de considerar este tema como parte de una salud integral.



## Encuesta *Great Place to Work*

En el 2015 se realizaron dos encuestas internas basadas en las diez preguntas más bajas de la encuesta *Great Place To Work 2014*, con el fin de **evaluar la efectividad** de los planes de mejora que han implementado los líderes en sus áreas de responsabilidad. Los **resultados en 2015 fueron muy valiosos**, ya que le permiten a la empresa determinar el impacto de las acciones de mejora y alinear o ajustar las estrategias para **seguir creando un lugar de trabajo motivador** que promueva la alta productividad.





Bridgestone Costa Rica 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



**900%** de crecimiento en las ventas de llantas a Europa.



**\$206** millones de dólares en ventas en 2015.



**161** puntos de venta en 2015.



Se presentó un **valor generado** de

**\$206.499**

millones de dólares,

un **valor distribuido** de

**\$198.066**

millones de dólares,

y un **valor total retenido** de

**\$8.433** millones de dólares.



**10** nuevas tiendas abiertas en 2015.

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



Bridgestone Costa Rica logró en 2015 la utilidad operativa esperada según el presupuesto establecido. Además, contó con una reducción del 50% de su endeudamiento con relación al 2014.

Por otro lado, tuvo un valor económico generado de \$206.499 millones de dólares, un valor distribuido de \$198.066 millones de dólares y un valor económico retenido de \$8.433 millones de dólares.

Bridgestone terminó el 2015 con un total de activos de \$174.268 millones de dólares y un patrimonio neto de \$156.240 millones de dólares.

En 2015, Bridgestone de Costa Rica pagó una suma de \$11 millones de dólares en impuestos al Ministerio de Hacienda. Adicionalmente, la inversión de capital fue de aproximadamente \$13 millones de dólares, principalmente en maquinaria, equipo y moldes para la modernización de la planta de producción. Estas mejoras tecnológicas forman parte de la estrategia ambiental y comercial de la empresa.

## Ventas

En Bridgestone Costa Rica se toman decisiones orientadas a fortalecer el liderazgo en cada uno de los mercados de la región que la empresa atiende y se tiene, además, un enfoque orientado al incremento de volúmenes de ventas en los mercados. La planta de Costa Rica atiende a los mercados de Centroamérica y el Caribe dentro de los sectores de automóvil, camión, agrícola, fuera de carretera y reencauche.

En 2015 la composición de ventas por mercado se dio de la siguiente manera:

Ventas	Composición de ventas por mercado 2015	Composición de ventas por mercado en dólares 2015
Centroamérica y Caribe	52,8%	109.146
Estados Unidos	37,9%	78.336
Otros mercados de intercompañía	9,3%	19.154

2012	2013	2014	2015
\$238,520	\$243,014	\$229,80	<b>\$206,636</b>

El 2015 fue un año óptimo para Bridgestone en lo relativo a ventas, ya que se presentó un notable crecimiento en las ventas de llantas a Europa, con un incremento de más del 900% de enero a diciembre. Se consolidó la línea de Bridgestone Dueler AT Revo II y se presentó un crecimiento de casi el 100% de la misma.





**Bridgestone Costa Rica, 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.**

## Prácticas justas de operación

### Marketing responsable

Bridgestone Costa Rica, desde su área de Mercadeo, hace promoción a sus productos, servicios y acciones. La importancia de contar con buenas campañas promocionales recae en el beneficio mutuo que se da cuando estas son utilizadas correctamente. Tener una base ética mercadológica, le permite a Bridgestone asegurar a sus clientes productos de calidad que cumplen con lo que se promociona en sus campañas publicitarias.



**48%** del total de **proveedores** son de origen **nacional**.



**41%** del presupuesto total de la empresa es para **productos y servicios locales**.



## Campañas

Dentro de las principales campañas de mercadeo en 2015 estuvieron:

### Automóvil

- Campaña sobre los valores agregados de las llantas y ventajas y beneficios del programa de garantías.
- **Firestone.** Campaña promocional en los países de Costa Rica, Guatemala, Nicaragua y El Salvador.
- **Experto Bridgestone.** Campaña educativa de marca y producto, la cual se complementó con el servicio de *call center* y el soporte en redes sociales a los usuarios finales.
- **Marca Bridgestone.** Campaña en el Caribe y en los países de Guyana, Barbados, Suriname y Jamaica, con el fin de ayudar al posicionamiento de marca dentro de la región.
- **Plan Tasa Cero.** Campaña de plan de garantía y cero intereses para distribuidores.

### Camión

- **Campaña de Reencauche.** Que consistió en un llamado a la concientización sobre el uso de este producto y sus beneficios tanto para el usuario como para el medio ambiente. Se realizó en Guatemala, Costa Rica, República Dominicana, Panamá y El Salvador.
- **Lanzamiento** de la nueva línea de productos OTR en Panamá y Guatemala.
- **Workshop Bandag de la región.** Se capacitó a toda la red de franquiciados renovadores Bandag en producto, ventas y nuevas tecnologías.
- **Seminario de Ingenieros para Guatemala y Nicaragua.** Campaña para brindar capacitación en producto AG y TBR.
- **Primer Festival del Trailero.** Campaña orientada al hombre camión, para poder impulsar la línea de llantas TBR y Renovado Bandag.



## Redes sociales

Las redes sociales son hoy en día ese espacio virtual donde se encuentra fácilmente al consumidor y representan una oportunidad de tener contacto directo con él. Permiten tener en cuenta la opinión del cliente y saber qué es lo que necesita y qué percepción tiene de la marca. Bridgestone busca generar ese *engagement* o compromiso con el consumidor para poder asegurar la satisfacción de sus clientes.

Mediante las redes sociales, Bridgestone tiene contacto con sus clientes y fortalece el posicionamiento de su marca. Durante el 2015 se contó con 648 seguidores en Twitter, 42.135 seguidores en Facebook y 92 suscriptores en YouTube.



**648** seguidores en **Twitter**,

**42.135** seguidores en **Facebook**,

**92** suscriptores en **YouTube**.

Facebook Bridgestone Centroamérica y Caribe:  
<https://www.facebook.com/BridgestoneCR/>

Youtube Bridgestone Centroamérica y Caribe:  
<https://www.youtube.com/user/bridgestonecostarica>

Twitter @bridgestonecac  
<https://twitter.com/bridgestonecac>







## Proveedores

Bridgestone Costa Rica busca generar 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.

El número de proveedores en 2015 fue de 2.476, un 37,5 % más que en 2014. Los países de los que provienen son: Costa Rica, México, Estados Unidos, Canadá, Venezuela, Colombia, Japón, China, Argentina, Brasil, Corea, Alemania y Taiwán. Con la intención de apoyar el talento nacional, el número de proveedores provenientes de Costa Rica es de 1.200, lo que representa el 48% del total de proveedores. Del presupuesto total de la empresa, el 41% es para productos y servicios locales. El valor monetario aproximado de los pagos a proveedores en 2015 fue de \$224.846.587,86 dólares.

## Proceso de abastecimiento

A partir del 01 de octubre de 2015 entró en vigencia la estructura de Bridgestone Latinoamérica Norte, BS-LAN (México-Colombia-Costa Rica). La nueva estructura de compras permitió tener más claridad en los procesos y en las operaciones locales mientras que maximizó el conocimiento y dominio de los mercados en los que se opera. También permitió seguir aprovechando las fortalezas y oportunidades de negocio existentes en cada uno de los países que conforman esta nueva región, a la vez que alineó más fácilmente cada una de las operaciones con la estrategia general.

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

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.

Una de las responsabilidades del Departamento de Compras es realizar evaluaciones anuales de los proveedores (principalmente de los catalogados como "críticos", cuyo producto o servicio tiene gran impacto en la dinámica del negocio y podría generar riesgos para el mismo).

## Evaluación de proveedores

En el 2015 se realizó la evaluación de los proveedores locales por sus prácticas del 2014. Esto permitió a la empresa continuar con su trabajo de diagnóstico del conocimiento y la práctica de los conceptos de sostenibilidad. A mediano plazo, se espera lograr por medio de capacitaciones y acompañamiento una alineación de las prácticas de los proveedores con los principios que la empresa promueve y práctica.

Los proyectos más destacados para lograr la alineación con las prácticas de proveedores son:

- Seguimiento al proyecto Cadena de Valor, en el cual se busca brindar opciones de capacitación y sensibilización a los proveedores en materia de RSE.
- Seguimiento al proyecto Compras Verdes, en el cual se busca alinear los criterios de compras con los principios de sostenibilidad, con el fin de hacer partícipes a los proveedores de este modelo de negocio en busca de un mejor desarrollo social, económico y medioambiental para el país.

Uno de los casos de éxito que Bridgestone tuvo en 2015 con proveedores fue la instalación y puesta en operación de la caldera de biomasa para generar calor al proceso de curado de producto, reduciendo de esta forma el consumo de búnker en un 65% y, por tanto, las emisiones de partículas de búnker quemado.

Se trabajó conjuntamente y bajo la guía de *Latin American Supply Chain* (LASC) para nuevos desarrollos de proveedores de materia prima y moldes, obteniéndose ahorros cercanos a los \$22 millones de dólares.

Además, el área de Compras de Costa Rica colaboró con auditorías a nivel interno y externo en las cuales se verificó si de alguna manera la gestión de la empresa afectaba aspectos ambientales o a las comunidades cercanas y lejanas a su área de ubicación, y se determinó que no había afectación alguna.

En el proceso de desarrollo de las economías centroamericanas, se participó activamente en la calificación de tres proveedores de hule natural para la región bajo la influencia de LASC.

Se realizaron reuniones en sinergia con proveedores de materia prima, refacciones y empresas de transporte nacional e internacional. Finalmente, se tuvo una participación activa en nuevos modelos de negocios y proyectos estratégicos.





## Innovación e inversión en la planta de producción

En el 2015, los principales retos en materia de producción estuvieron relacionados con mantener la operación de la planta en un nivel de alto desempeño (en cuanto al mejoramiento de todos los indicadores del proceso productivo y al cumplimiento de los planes de producción); al mismo tiempo que se desarrollaban proyectos de inversión de capital para renovar la tecnología de maquinaria, productos y procesos.

Las tres áreas clave desarrolladas fueron:

- Excelencia operativa
- Renovación de los equipos y procesos de producción
- Mejoramiento de los costos de fabricación

Además, en 2015 Costa Rica invirtió en una mejora de sistema eléctrico de mezclador que consistió en la modernización tecnológica del equipo de mezclado de hules existente. De igual manera, invirtió en una máquina de balanceo dinámico que permite la producción de llantas de alto desempeño y equipo original con las condiciones óptimas de balance dinámico.

Se instalaron prensas de vulcanización de marca Mitsubishi para vulcanizar llantas LTR/PSR de alto desempeño con un alto grado de uniformidad. Asimismo se instaló una máquina de mejoramiento y control de uniformidad de llanta y se actualizaron tecnológicamente las máquinas de armado.

Se desarrolló un sistema de nitrógeno para vulcanización con el cual Bridgestone Costa Rica optimizó su consumo de energía y logró reducir su huella de carbono. Asimismo, implementó un sistema de aplicación de *spiral layer* en armado para el mejoramiento de uniformidad de llantas de alto desempeño.

Además, existen proyectos por un monto total de 11 millones de dólares de inversión en las áreas de modernización de equipos existentes, compra de nuevos equipos para fabricación de llantas, mejoramiento de las instalaciones físicas, mejoramiento de los sistemas informáticos y de control de la producción e inversión en mejoras de calidad, medio ambiente y seguridad.

## Alianzas y colaboraciones

Bridgestone Costa Rica es partícipe de diversos eventos e iniciativas que impulsan la libre competencia y el sano desarrollo de la industria en el país; ejemplo de ello fue la reunión realizada entre el Presidente de las operaciones de Bridgestone en América Latina (BATO LA) y el Presidente de la República de Costa Rica durante una visita a Estados Unidos, para discutir temas relacionados con la competitividad del negocio.

De igual manera, se iniciaron las negociaciones del Tratado de Libre Comercio Centroamérica-Corea, respecto a los temas industriales que competen a Bridgestone.

Se participó de manera activa en las mesas de trabajo para la promulgación del reglamento técnico de llantas en Costa Rica y se apoyó la implementación, a través de ACOLLRE (Asociación de Comercializadores de Llantas y Reencauchadores), del decreto que establece la norma técnica para importadores de llantas en el país.

Se contó con apoyo a la facilitación de comercio para las exportaciones de Bridgestone mediante *lobby* o cabildeo y acercamiento con diferentes autoridades en el tema y se apoyaron las acciones relacionadas con las políticas de manejo adecuado de las llantas de desecho en la región de Bridgestone Latinoamérica Norte.

Bridgestone Costa Rica cuenta con alianzas y colaboraciones que le permiten desarrollarse de mejor manera. En 2015, la empresa mantuvo alianzas con:

- Asociación de Empresas para el Desarrollo (AED).
- ALIARSE para el desarrollo
- Asociación Costarricense de Grandes Consumidores de Energía (ACOGRAE)
- Cámara de Servicios (CAMSCAT)
- Cámara de Industrias de Costa Rica (CICR)
- Consejo de Promoción para la Competitividad (CPC)
- Cámara Costarricense-Norteamericana de Comercio (AMCHAM)
- Cámara de Comercio de Costa Rica
- Fundación Ecológica para el Reciclado de Hule y Llantas de Desecho-Fundellantas
- Asociación de Comercializadores de Llantas y Reencauchadores (ACOLLRE)
- Cámara de Exportadores de Costa Rica (CADEXCO)

- Asociación de Empresas de Zonas Francas de Costa Rica (AZOFRAS)
- Consejo Consultivo Nacional de Responsabilidad Social (CCNRS)

Además de tener alianzas con estas organizaciones, durante 2015 Bridgestone realizó actividades que promovieron la integridad y la sana competencia en el mercado nacional a favor de las personas y las empresas. Entre las mismas destacaron:

- Cursos y capacitaciones de AED.
- CAMSCAT: fortalecimiento en temas de Recursos Humanos Capacitación y *lobby* o cabildeo con el Gobierno.
- CICR: participación y obtención de reconocimientos en el Programa a la Excelencia de la Cámara de Industrias.
- AMCHAN: participación en comités en el área Legal sobre colaboración contra el contrabando. Reconocimiento por el Centro de Especialidades Médicas.
- ACOLLRE: colaboración para promulgación del decreto que establece la norma técnica para importadores de llantas en Costa Rica.
- Fundellantas y ACOLLRE: trabajo en conjunto para impulsar medidas de utilización de reencauchado en la flota del gobierno central.







Bridgestone Costa Rica 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**



**439** voluntarios,  
**21.571** beneficiados.



**5.005** horas de voluntariado.



**3.640** libros de texto  
educativo donados.



**115** árboles plantados.



**13** playgrounds y zonas de recreo.



**3.020** llantas recolectadas en total.



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





## Voluntariado

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

En 2015, la cantidad de **voluntarios** fue de **439**, prestando un total de **5.005 horas** que resultaron en **21.571 beneficiados**.

Los programas de voluntariado fueron los que se detallan a continuación.

## Comunidad

### Programa Libros para Todos

Donación de libros educativos para niños y niñas.

Se realizó una donación de 3.640 libros de texto educativos a dos importantes escuelas del cantón de Belén: Fidel Chaves y Manuel del Pilar. Como parte de esta iniciativa se beneficiaron 910 niños.

### Voluntariado Reserva Indígena Boruca

Mejoramiento en la estructura del Liceo de la comunidad: se instalaron puertas y se pintaron las aulas, oficinas administrativas y comedor.

### B-Happy

Construcción de *playgrounds* y zonas de recreo. En el 2015, el programa continuó creciendo y posicionándose en el país como un ejemplo en acciones novedosas para la reutilización de las llantas de desecho en beneficio de la comunidad. Se realizaron siete parques en Costa Rica en: barrio la California Alajuela, escuela República de Panamá en Desamparados, Cen Cinai de barrio Cuba, Parque la Pradera en Vargas Araya de San Pedro de Montes de Oca, escuela Isabel Iglesias en Naranjo, escuela la Pradera en la Guácima de Alajuela. Además, se construyó un parque en las instalaciones de SINART (Sistema Nacional de Radio y Televisión).

En Centroamérica también se construyeron parques: dos en Guatemala, dos en República Dominicana, uno en El Salvador y uno en Nicaragua.

### Freestyle

Bridgestone Costa Rica impartió a través de su equipo de voluntarios una clínica de Fútbol *Freestyle* a niñas y niños de León XXIII, Carpio y Guararí, con el fin de promover mediante el deporte la no violencia y valores que ayuden a crear relaciones amigables y positivas. Este programa benefició a 100 niños.

### Fiesta Navidad Entre Nosotras.

El grupo de mujeres “Entre Nosotras” realizó una fiesta navideña para niños y niñas de escasos recursos que habitan en la zona de Guápiles. Se contó con la participación de alrededor de 150 niños y niñas.



En total participaron **272 voluntarios** de varias organizaciones, quienes llevaron a cabo estos programas a favor de la comunidad. Como resultado se logró beneficiar a 3.693 personas con un **total de 2.522 horas** de voluntariado.

## Seguridad Vial

Bridgestone está comprometido con la seguridad vial. Es 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.

Dentro de las principales actividades del 2015 destacaron:

### Luz Roja

En conjunto con el Consejo Nacional de Seguridad Vial (COSEVI) se realizaron actividades en períodos de regreso a clases, en las que se brindaba información a los niños y niñas acerca de cómo cruzar la calle de forma segura, temas de seguridad vial y el respeto a la luz roja del semáforo.

### Toma de presión de inflado de llantas

De acuerdo con el Departamento de Ingeniería de Ventas y Servicios Técnicos de Bridgestone de Costa

Rica, es usual que las personas conduzcan sus automóviles con una presión de inflado de llantas fuera de lo recomendado, principalmente por descuido o falta de atención. Bridgestone ha trabajado estas campañas de medición de la presión de inflado de las llantas de los consumidores de Walmart en las provincia de Heredia y la ciudad de Guadalupe. Como parte de estas actividades se revisaron 1.051 vehículos.

### Taller de Seguridad Vial

Proyecto orientado a la capacitación de niños y niñas sobre la importancia de respetar las señales de tránsito. El taller se impartió en la Escuela República de Nicaragua y en la Escuela Manuel del Pilar, contando con la participación de 286 niños.

Un total de **57 voluntarios** impartieron **383 horas** en educación de seguridad vial, dando como resultado **933 beneficiados** de los programas.





## Medio Ambiente

Teniendo como propósito cuidar y sensibilizar a la población sobre la responsabilidad compartida del cuidado del medio ambiente, en 2015 Bridgestone Costa Rica llevó a cabo programas de voluntariado. Algunos de estos fueron:

### **Campaña recolección de llantas Zapote, Jacó y Santa Cruz (Guanacaste).**

En alianza con Gollo (tiendas de electrodomésticos y distribuidor de llantas), el Ministerio de Salud y Geocycle se realizó una campaña de recolección de llantas para concientizar a la población sobre el dengue y chikungunya. Bajo esta campaña se recolectaron 2.020 llantas en total.

### **Reforestación en la finca de los Mamines en la Asunción Belén**

Esta es un área de influencia directa de Bridgestone Costa Rica debido a que se encuentra muy cerca de la planta. En 2015 se realizaron tres actividades: una reforestación en la que se sembraron 65 árboles y dos visitas de seguimiento con el objetivo de dar mantenimiento, control de plagas, poda y fertilización.

### **Limpieza río grande de Tárcoles.**

En marzo del 2015 se recolectaron 1.000 llantas de desecho del río Grande de Tárcoles.

El objetivo de esta limpieza consistió en sensibilizar a la población sobre la responsabilidad compartida de cuidar el medio ambiente y evitar que las llantas de desecho terminen abandonadas en zonas de

riesgo como los ríos, que albergan flora y fauna que debe preservarse ya que brindan sustento a las comunidades aledañas.

### **Limpieza en Río Quebrada Seca.**

Esta también es un área de influencia directa debido a la cercanía con la planta. Se realizaron cinco actividades: una reforestación en la que se sembraron 50 árboles y cuatro visitas de seguimiento con el objetivo de dar mantenimiento, control de plagas, poda y fertilización.

Un total de **86 voluntarios** prestaron **608 horas** de su tiempo para estos **programas de conservación del medio ambiente**, teniendo como resultado un total de **8.000 beneficiados**.



## Teatro

Para tener impacto en los más jóvenes, Bridgestone implementó programas de voluntariado que consisten en obras de teatro principalmente con temática de salud en temas de prevención de dengue y chikungunya, así como de seguridad vial.

### **Obra de teatro S.O.S.**

La obra es producción original de Bridgestone Costa Rica, tiene una duración de 30 minutos y muestra a los menores la importancia de la limpieza y la correcta disposición de los desechos, tanto en el hogar como en el centro educativo, para evitar la propagación de criaderos de dengue y chikungunya.

Esta obra se presentó en el Colegio Villareal Guanacaste, Escuela República de Nicaragua, Escuela Juan Rafael Meoño, Alajuela. También se presentó en la inauguración de la recolección de llantas y productos electrónicos en Jacó.

### **Obra de teatro Señales.**

Esta obra pretende generar conciencia acerca de la seguridad vial y el respeto de las señales de tránsito. Se presentó en Colegio Villareal Guanacaste y en diferentes centros educativos públicos y privados en Nicaragua.

### **Presentación de teatro en "Bienvenida a la Navidad".**

Participación del grupo de teatro en la actividad "Bienvenida la Navidad", organizada para las familias de los asociados.



## Coro

Bridgestone también cuenta con un programa de voluntariado que consiste en la presentación de un coro durante fechas o eventos importantes para la comunidad. El objetivo de este grupo es transmitir los valores Bridgestone a través de la música, llevando alegría y entretenimiento a diferentes lugares como asilos de ancianos, asociaciones, escuelas, colegios y comunidades.

En 2015, el coro realizó presentaciones el Centro de Ancianos Santiago Crespo, Hogar Albernia, Hogar de Ancianos Fundación María, Hogar de Ancianos San Pablo, Hogar de Ancianos Santo Domingo; así como en otros encuentros como el Festival de Coros del Teatro Nacional, en el aniversario del Tenis Club, presentación en las posadas navideñas en la embajada de México, y una presentación en la planta de Bridgestone Costa Rica.

En los eventos del **Coro Bridgestone** participaron **15 voluntarios**, teniendo como número de **beneficiados 2.045** y un total de **563 horas**.

En las obras de teatro participaron un total de **nueve colaboradores** quienes donaron **929 horas** de su tiempo para beneficiar a **6.900 niños**.





Bridgestone Costa Rica, a través de su Misión Ambiental, declara las aspiraciones que la compañía tiene a largo plazo, incorporando la manera en que todos los aspectos del negocio deben contribuir con la preservación del medio ambiente.



**91,67%** del total de las **emisiones** correspondieron al uso de **búnker y electricidad**.

**31,7%** de **reducción** porcentual de **emisiones de GEI** respecto a 2014\*

Las **emisiones de GEI** por uso de **búnker** se redujeron en **6,869 toneladas de CO<sub>2e</sub>**.

# Medio ambiente



**115** árboles plantados en actividades de reforestación.



**83%** de los **desechos** son **reciclados** o enviados a **co-procesamiento**.

**One Team,  
One Planet.**



**15.024 m<sup>3</sup>** menos en el consumo de agua de la empresa.

\* Esta cifra toma en cuenta solamente las emisiones producidas por uso de Búnker y electricidad, en comparación al 2014.



## Carbono Neutro

En 2014 se tuvo un avance trascendental hacia una producción más sostenible con la utilización de combustibles alternativos a los fósiles, siendo este un factor prioritario en la reducción de la huella de carbono de la empresa.

Del total de las fuentes consideradas en el inventario de emisiones de gases de efecto invernadero de Bridgestone Costa Rica, alrededor de un 91,67% correspondió al consumo de búnker y electricidad comprada. Para estas fuentes de emisión, se mostró el número total de los gases de efecto invernadero que comprende el cálculo de dióxido de carbono, metano y óxido nitroso, representados en toneladas de dióxido de carbono equivalente. El enfoque adoptado por la empresa para la consolidación de las emisiones de control operacional.

## Retos 2016

- Reducir de forma continua las emisiones de gases de efecto invernadero, incluido el CO<sub>2e</sub> del ciclo de vida completo de los productos.
- Contribuir con la biodiversidad a través de la mejora del hábitat, la educación ambiental y la investigación.
- Valorar los recursos naturales para mejorar continuamente la conservación de estos a través de mejoras operativas y de diseño de producto.

## Energía

Bridgestone Costa Rica se esfuerza por mejorar la eficiencia energética de las operaciones en todos los niveles de negocio. De esta manera se contribuye al cuidado del medio ambiente y a la lucha contra el cambio climático y el agotamiento de combustibles fósiles.

En 2015 se consumió un total de energía de 46.283.359 KWh.

## Combustibles

Dentro del consumo de energía, se consideran los combustibles de fuentes no renovables que son utilizados por Bridgestone en su gestión diaria. El total de consumo de combustibles no renovables en 2015 es el que se presenta a continuación:

Tipo de Combustible	2015
Diésel (litros)	42,158 litros
Gasolina (litros)	15,986 litros
Búnker (litros)	3,099,862
Gas natural (litros)	269,759 m <sup>3</sup>
Pellets para producción de vapor (kilos)	7,991,550 kilos
Gas LP (litros)	269,759 litros
Lubricantes (litros)	323,598 litros
Combustión fija para Plantas de Sistema contra Incendios (litros)	2,119 litros

## Emisiones

El total de emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) en 2015 fue de 16.117 t CO<sub>2e</sub>.

El total de emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) por utilización de búnker y electricidad en 2015 fue de 14.776 t CO<sub>2e</sub>, lo que representa una reducción de 31,7% en las emisiones respecto a 2014, cuando alcanzaron las 22.904 t de CO<sub>2e</sub>.

El total de emisiones directas brutas (alcance 1) de GEI producidas en 2015 fue de 10.470 t de CO<sub>2e</sub>, mientras que en 2014 las emisiones directas brutas fueron de 17.104 t de CO<sub>2e</sub> lo que representa una reducción en las emisiones respecto a 2014.

El total de emisiones indirectas brutas (alcance 2) de GEI producidas en 2015 fue de 5.415 t de CO<sub>2e</sub>, mientras que en 2014 las emisiones indirectas brutas fueron de 5.800 t de CO<sub>2e</sub> lo que representa una reducción de 7% en las emisiones respecto a 2014.

Emisiones atmosféricas, en kilogramos o múltiplos de kilogramo, de:

Tipo de Combustible	2015
NOx	21.044 kg
SOx	123.069 kg
Compuestos orgánicos volátiles (COV)	154 kg



Con el objetivo de **reducir** las emisiones a la atmósfera, en **2015** el **0,105%** de la energía provino de **energía solar**.

Para el año **2015**, las **emisiones de gas efecto invernadero (GEI)** por uso de búnker se redujeron en **6.869 toneladas de CO<sub>2e</sub>**. La reducción porcentual respecto al 2014 fue de **31,7%**







### Iniciativas para la reducción de emisiones

Como parte de la meta de ser Carbono Neutral, Bridgestone Costa Rica implementó iniciativas para reducir sus emisiones año con año. Dentro de las principales se encuentran:

- Programas de control de fugas de aire comprimido en proceso.
- Uso de calentadores de cuchillos de bajo consumo de electricidad.
- Control de equipos de aire acondicionado.
- Uso de energía solar, luminarias LED.
- Prohibición de sustitución de equipos y productos que contengan sustancias agotadoras de la capa de ozono.
- Aislamiento térmico de tuberías, válvulas y otros dispositivos para evitar pérdidas de calor.
- Avances en el proyecto de conversión de prensas de nitrógeno para vulcanización de llantas: el nitrógeno disminuye el consumo de combustible búnker (Fuel oil 6) para la producción de vapor de agua caliente, al sustituir parcialmente al agua como fluido de calentamiento.

### Agua

Toda el agua que se utiliza en la planta de Bridgestone Costa Rica es obtenida a través de pozos.

En 2015 el consumo total de agua fue de 140.958,12 m3. En 2014, se consumieron 155.982 m3 de agua, 2015 representó una disminución de 15.024 m3 en el consumo de la empresa.

- Por el tipo de actividades de Bridgestone no existen procesos de producción que generen residuos tóxicos más allá de los desechos en áreas domiciliarias.

Volumen total de aguas residuales (m³)	Volumen total de aguas tratadas (m³)
140.958,12	140.958,12

### Residuos

Mediante la gestión responsable de residuos, Bridgestone Costa Rica administra los residuos generados por las operaciones de la empresa y cumple con la legislación nacional vigente y con los procedimientos internos de su sistema de gestión.

Además, se trabaja para optimizar procesos e implementar acciones que logren minimizar el volumen generado de residuos, y así reducir los impactos ambientales. En 2015, el peso total de los residuos fue de 2.555.182 kilos.

El porcentaje de residuos reciclados o enviados a co-procesamiento fue del 83% en 2015.

En 2015 se generaron **1.996.180 kilos** de **residuos no peligrosos**, lo que representó un porcentaje del **78%** del total de los residuos.

En Bridgestone de Costa Rica, **22%** de los residuos fueron **residuos peligrosos**, es decir **559.002 kilos**.

Método de eliminación	Residuos peligrosos	Residuos no peligrosos	Total
Reciclaje (MATERIALES RECICLABES)	0	521.841	521.841
Compostaje	0	278.598	278.598
Incineración (FUNDELLANTAS)	0	202.585	202.585
Inyección en pozos de profundidad (RELLENO SANITARIO)	0	455.549	455.549
Co-procesamiento	513.942	448.511	962.453
OTROS	45.060	89.096	134.126
<b>Total</b>	<b>559.002</b>	<b>1.996.180</b>	<b>2.555.182</b>





## Consumo de papel

El consumo de papel se monitorea mensualmente bajo un programa informático llamado “Blueprint Administrador”; además se ha logrado la reducción del consumo de papel gracias a diversas políticas internas como: reutilización del papel por ambas caras, incorporación de equipos de fotocopiado y escaneado más eficientes, uso de resmas de papel elaborado con materiales más ecológicos y programas de comunicación interna, entre otros.

Otro proyecto innovador que permite la reducción de unas 1.000 hojas anuales por máquina es la implementación de CARDEX electrónicos, los cuales contienen la información técnica sobre preparación de materiales en cada máquina que se requiera, mientras que anteriormente se utilizaban en papel. Actualmente funciona en las siete máquinas proyectadas desde el año anterior.

### Reducción en el consumo de papel

Para el año 2015, un gran logro en la reducción en el consumo de papel fue la incorporación de una plataforma digital de capacitación en línea, que habilitó la opción de reducción por concepto de capacitaciones anuales o las llamadas Buenas Prácticas de Manufactura, procesos de inducción de nuevos asociados y capacitación de contratistas.

## Proyecto de reducción de solventes

Es un proyecto que Bridgestone Costa Rica implementó en 2015 para disminuir la exposición y cantidad de material inflamable en la planta Belén. Permite un mejor control operacional y ha superado la expectativa de reducción en un 1,4%.

- Se esperaba una reducción del 7% con un ahorro de \$5.500
- Reducción actual de 8,4% con un ahorro de \$6.650
- Mejor control operacional
- Disminuye la exposición y cantidad de material inflamable en planta
- Reducción de emisiones de CO<sub>2e</sub>
- Cumplimiento de parámetro PBAE

---

Disminución de 0.2 Ton de CO<sub>2e</sub> mensual promedio, equivalente a 2 árboles (Cedro Amargo a 20 años de edad)

---

## Eficiencia ambiental en la producción

Bridgestone trabaja para mitigar los impactos ambientales más significativos de la actividad productiva de la planta. Durante 2015 se llevaron a cabo diversas iniciativas.

### Consumo de materiales

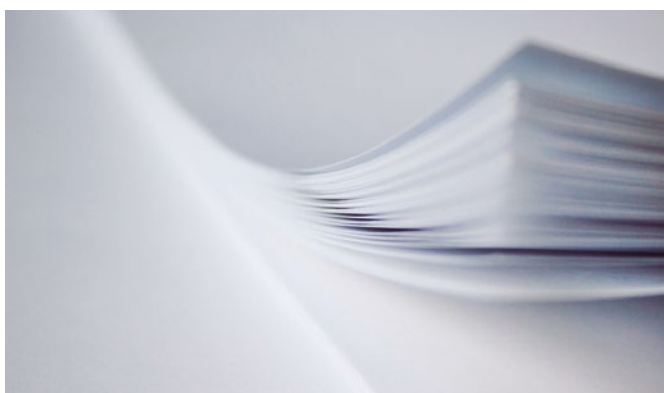
Actualmente se trabaja con un programa de compras verdes que gestiona la compra de productos y servicios preferiblemente verdes; además, se cuenta con una serie de requisitos ambientales y de seguridad que impiden adquirir productos que generen algún tipo de impacto ambiental significativo y que estén relacionados con algún requisito legal y/o corporativo.

### Consumo de agua

En el 2015, se colocaron flujómetros en las principales tuberías de consumo y un flujómetro portátil para la actualización del balance de aguas. Se instalaron un total de diez orinales *water free* y se gestionaron proyectos de cambio de grifería más eficiente. Además, se reforzó el control para el consumo de agua para los diferentes sistemas de enfriamiento, sistema contra incendios, vapor y riego.

## Emisiones

- Uso de calentadores de cuchillos de bajo consumo de electricidad.
- Sustitución de gas refrigerante R22 por YH22 (refrigerante ecológico).
- Uso de energía solar en las luminarias externas de la compañía, se continúa el proyecto de cambio a luminarias LED en Bambury 1, 2 y 3 generando ahorros en el consumo y mejor iluminación.
- Prohibición y/o sustitución de equipos y productos que contengan sustancias agotadoras de la capa de ozono.
- Estudios técnicos para aumentar la eficiencia del sistema de recuperación del condensado a través del debido aislamiento térmico de tuberías, válvulas y otros dispositivos para evitar pérdidas de calor.
- Continúa el proyecto de conversión de prensas de nitrógeno para vulcanización de llantas (el nitrógeno reemplaza el consumo del búnker para la producción de vapor de agua). Actualmente se encuentra en un 45% la implementación.





## Desechos

En el 2015 se reforzaron las prácticas de segregación de residuos en cada lugar de trabajo, se instaló una compactadora exclusiva para Bambury, se mejoró la rotulación de contenedores para residuos en planta, se contrató un operador exclusivo para la supervisión y control de segregación de residuos, y se realizaron actividades de sensibilización al personal administrativo y monitoreo en las áreas de acumulación de residuos como parte del Sistema de Gestión Ambiental.

Durante el **2015**, Bridgestone Costa Rica no recibió **ninguna sanción o multa por incumplimientos a las normas ambientales.**

## Gastos e inversión en la protección del medio ambiente

Para asegurar la sostenibilidad de su entorno, la empresa invirtió en su planta de Belén \$123,500 dólares en 2015.

Nombre del proyecto	Descripción
Instalación de sopladores en tubuladoras	Se continuó con el cambio de sopladores de aire comprimido para secado de materiales en tubuladoras por ventiladores eléctricos. Una unidad cambiada.
Optimización de luminarias	Cambio de tecnología en 150 lámparas de 400W Metal Halide a 200W fluorescentes compacto. También incluye la instalación de láminas translucidas para mejorar el uso de luz natural.
Calentadores de cuchillos de bajo consumo	Reemplazo de calentadores de cuchillos existentes por modelos más eficientes.
Consultoría de rendimiento de Planta de Tratamiento de Aguas Residuales	Análisis de capacidad de operación y alternativas de reducción de agua o re-uso; identificación de oportunidades de mejora para un rendimiento de agua a tratar de acuerdo con todas las partes del sistema.
Control de temperatura de torre de enfriamiento	Instalación de control de temperatura para paro de ventiladores cuando la temperatura deseada en el agua se alcanza.



## Compras sostenibles

Desde hace varios años, Bridgestone cuenta con políticas para la incorporación de variables ambientales dentro del sistema de compras. Actualmente, se está desarrollando un programa mediante el cual se promueve la compra de bienes y servicios más amigables con el ambiente que permitan minimizar los impactos ambientales negativos, la utilización más eficiente de los recursos naturales y el mejoramiento de la gestión ambiental. Este programa está documentado dentro del sistema de gestión como la IT-900-11-09 Política de Compras Verdes.

Según el objeto de la compra, las especificaciones ambientales deben estar relacionadas con, al menos, uno de los siguientes criterios ambientales:

- Uso de materias primas recicladas
- Uso de materiales reciclables
- Uso de materiales menos tóxicos
- Reducción en el peso y volumen del producto (para optimizar transportes)
- Menor consumo de energía
- Menor consumo de agua
- Generación de menos desechos en general



- Menos empaque y/o devolución del empaque
- Logística más eficiente en la entrega
- Optimización del tiempo de vida útil
- Reutilización del producto
- Facilidad de reparación
- Solicitar que se asegure la correcta gestión de residuos durante el período de prestación del servicio (especialmente en servicios)

Incentivar el uso de energías renovables, la reducción del ruido ambiental y las emisiones contaminantes.

Por otra parte, la empresa está desarrollando la evaluación de dichos proveedores con respecto al cumplimiento de requisitos legales, ambientales, sociales, de salud y seguridad ocupacional. Este Programa permite la evaluación de los proveedores por medio de una autoevaluación de dichos parámetros, que completará el proveedor para posteriormente ser calificado por parte del Departamento Ambiental.

Desde el año 2014 y en el 2015, se realizaron visitas a 11 proveedores, los cuales recibieron retroalimentación con el fin de buscar la mejora continua en sus sistemas y de verificar dichas acciones en próximas reuniones.



## Contribución a la biodiversidad

### Programa Bandera Azul Ecológica.

Para el año 2015 Bridgestone fue galardonado por cuarto año con el reconocimiento Bandera Azul Ecológica (PBAE) en la categoría Cambio Climático, promovido por Acueductos y Alcantarillados.

El programa consiste en la evaluación del cumplimiento de una serie de indicadores que demuestren mejora continua durante todo un año, con el fin de obtener al final del periodo una Bandera Azul. Este reconocimiento toma en consideración no solo los indicadores, sino que otorga hasta cinco estrellas a las empresas que cuenten con alguna certificación (ISO 14001, ISO 9001, ISO/TS 16949, INTE-IS/IEC 17025, norma BASC Seguridad Patrimonial), y que acompañen a diversas partes de la cadena de valor a ser parte del PBAE y la Certificación de C-Neutralidad.

### Compras verdes

En el 2015, como parte de este programa, se continuó con la aplicación de la evaluación de 11 proveedores seleccionados con el fin de verificar el cumplimiento de requisitos legales, ambientales, sociales, de salud y seguridad ocupacional en sus procesos. Esta verificación consiste en una autoevaluación de 70 requisitos por parte del proveedor.

Se retroalimentó a los proveedores con el fin de buscar el mejoramiento continuo en sus sistemas de los puntos que representaban alguna oportunidad de optimización.

Durante este mismo periodo, se realizó la visita a cinco de los proveedores, que alcanzaron una nota promedio de 80% de satisfacción.

### Caldera de Biomasa

En septiembre del 2014, la empresa instaló en la planta una caldera de biomasa que reemplaza el combustible fósil con *pellets* de madera. Esta caldera genera energía a partir de la combustión. Este material se destaca por ser un biocombustible sólido fabricado a base de partículas de madera, que debido a su consistencia y características hacen que su suministro a la caldera y su combustión sean más eficaces que con otras formas de utilización de madera como combustible.

Esta nueva tecnología limpia implementada en las instalaciones de producción, permitió en el 2015 la reducción del 55% de las emisiones de dióxido de carbono de Bridgestone. Además, el uso de búnker se redujo en un 65%, lo que equivale a un ahorro de 12.500 litros diarios.

El proyecto caldera de biomasa le permitió a la compañía en Costa Rica ser galardonada en los Bridgestone Group Awards 2016, en la categoría de Excelencia Ambiental.

Bridgestone Costa Rica posee un proceso productivo intensivo en el uso de energía; por ello, la puesta en marcha de esta iniciativa convierte a Bridgestone de Costa Rica en líder y referente nacional e internacional para el sector privado en el uso de fuentes de energía alternativa.







## Derechos Humanos

Bridgestone Costa Rica 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 Costa Rica promueve la salud como elemento indispensable dentro de la empresa, por lo esfuerzo por brindar a sus colaboradores un entorno de trabajo seguro y saludable.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nutri-Breves, cápsulas informativas relacionadas con la nutrición y los buenos hábitos.</li> <li>Se difundieron cápsulas informativas y preventivas sobre el zika, dengue y chikungunya.</li> <li>Semana de la salud mental.</li> <li>Capacitación a colaboradores en temas de salud y seguridad.</li> <li>Costa Rica cumple con los convenios OIT ratificados por su Asamblea Legislativa.</li> <li>Cero enfermedades profesionales.</li> </ul>	
 <p>4 EDUCACIÓN DE CALIDAD</p>	Para Bridgestone Costa Rica mejorar los conocimientos y competencias de quienes integran su empresa es prioridad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Experiencia Profesional Bridgestone: evalúa, capacita y retiene el talento de jóvenes universitarios que estén en busca de una pasantía.</li> <li>19% de los becarios fueron contratados.</li> <li>Programa de Atracción de Talento Técnico (PATT): identifica, atrae, recluta y selecciona personal técnico talentoso.</li> <li>Tres contratos de estudiantes técnicos.</li> <li>100% de colaboradores capacitados.</li> <li>54.760 horas de capacitación.</li> <li>13% de incremento en capacitación, aumentando el promedio de horas por colaborador de 53 a 60.</li> <li>Programa Evolución: desarrolla al personal talentoso del proceso productivo con el fin de prepararlos para asumir nuevos retos.</li> </ul>	 
 <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"> <li>6% de la plantilla laboral son mujeres.</li> <li>12% de mandos intermedios son mujeres.</li> <li>7% de las nuevas contrataciones fueron mujeres.</li> </ul>	

Pilar Sostenible:  Movilidad  Gente  Medio Ambiente



Objetivos de Desarrollo Sostenible	Enfoque Bridgestone	Acciones 2015	Pilar sostenible
 6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO	El adecuado uso del agua y su apropiado saneamiento es parte indispensable de la estrategia de sostenibilidad de Bridgestone Costa Rica.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Disminución de 15.024 m<sup>3</sup> en el consumo de agua.</li> </ul>	
 7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE	El uso de energía limpia y sostenible se encuentra dentro de las metas de Bridgestone Costa Rica para mitigar el impacto de sus actividades en el medio ambiente.	<ul style="list-style-type: none"> <li>0,105% de la energía provino de energía solar.</li> <li>Aislamiento térmico de tuberías, válvulas y otros dispositivos para evitar pérdidas de calor.</li> <li>Uso de calentadores de cuchillos de bajo consumo de electricidad.</li> </ul>	
 8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO	Asegurar empleo pleno, productivo e inclusivo, es lo que Bridgestone logra a través de su crecimiento económico y sus políticas internas	<ul style="list-style-type: none"> <li>73 nuevas contrataciones.</li> <li>Prestaciones superiores a las de la ley.</li> <li>Programa Preparación para la Jubilación.</li> <li>Sala de idiomas y sala <i>lounge</i> para refrigerios.</li> <li>Iniciativas de reconocimiento a colaboradores.</li> <li>Programa de equilibrio laboral y familiar.</li> <li><i>Great Place to Work</i>.</li> </ul>	
 9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA	Bridgestone invierte en innovación para la constante actualización del negocio con el fin de impulsar la productividad e industria del país.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Renovado de neumáticos con tecnología, asesoría y soporte al mercado de camiones y autobuses.</li> <li>Llanta ECOPIA incorpora tecnología para combatir el efecto del desgaste irregular e incrementar la vida total de las llantas, lo cual es amigable para la economía y el medio ambiente.</li> </ul>	
 11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES	Lograr que las ciudades sean inclusivas y sostenibles hace que Bridgestone reúna esfuerzos por asegurar una transportación de calidad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Obra de teatro Señales.</li> <li>Obra de teatro S.O.S: muestra a los menores la importancia de la limpieza y la correcta disposición de los desechos.</li> <li>57 voluntarios, 383 horas a la educación en seguridad vial, 933 beneficiados.</li> <li>Luz roja: programa para enseñar a los niños cómo cruzar la calle de forma segura.</li> <li>1.051 vehículos beneficiados con el programa de toma de presión de inflado de llantas.</li> </ul>	 
 12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES	Bridgestone Costa Rica garantiza un consumo y una producción sostenible a través de sus diversas políticas de consumo de materiales y compras sostenibles.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Compras Verdes: verifica el cumplimiento de requisitos legales, ambientales, sociales y de salud y seguridad ocupacional en sus procesos.</li> </ul>	 

Objetivos de Desarrollo Sostenible	Enfoque Bridgestone	Acciones 2015	Pilar sostenible
 13 ACCIÓN POR EL CLIMA	Para asegurar el cuidado del medio ambiente, Bridgestone Costa Rica implementa medidas que aseguran e incorporan la sostenibilidad en todos sus procesos productivos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reducción del 31,7%. en emisiones de GEI por uso de búnker.</li> <li>Programa Bandera Azul Ecológica 2015: Bridgestone fue galardonado con el reconocimiento Bandera Azul Ecológica (PBAE) en la categoría Cambio Climático, promovido por Acueductos y Alcantarillados.</li> <li>Caldera de biomasa: reducción del 55% de las emisiones de dióxido de carbono de Bridgestone.</li> <li>El uso de búnker se redujo en un 65%, lo que equivale a un ahorro de 12,500 litros diarios.</li> <li>\$123.500 dólares invertidos para asegurar la sostenibilidad.</li> <li>Proyecto de reducción de solventes: disminuye la exposición y cantidad de material inflamable en la planta Belén.</li> <li>Cardex electrónicos: permiten la reducción de 1.000 hojas anuales por máquina.</li> <li>El 83% de los desechos son reciclados o enviados a co-procesamiento.</li> </ul>	
 15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES	Bridgestone promueve el uso sostenible de los ecosistemas y su preservación a través de programas de voluntariado y campañas de sensibilización a colaboradores.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Limpieza del río grande de Tárcoles: recolección de 1.000 llantas de desecho en los laterales del río.</li> <li>Siembra de árboles el Día Mundial del Medio Ambiente.</li> <li>Voluntariado Reforestación: 86 voluntarios, 608 horas, 8.000 beneficiados.</li> <li>Reforestación de 65 árboles en la finca de los Mamines en la Asunción Belén.</li> <li>Limpieza en Río Quebrada Seca: se sembraron 50 árboles y 4 visitas de seguimiento con el objetivo de dar mantenimiento, control de plagas, poda y fertilización.</li> <li>Campaña recolección de llantas Zapote, Jacó y Santa Cruz (Guanacaste). Recolección de 2.020 llantas para concientizar a la población sobre el dengue y chikungunya.</li> </ul>	
 16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS	Bridgestone Costa Rica trata de ser una compañía eficaz, responsable e inclusiva, en donde sus colaboradores tengan igualdad de participación y representación.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comité de Ética.</li> <li>La empresa se guía por el Código de Conducta de <i>Bridgestone Americas Compliance Center</i> (BACC).</li> <li>Diversos mecanismos de denuncia.</li> <li>100% del personal se capacitó en temática de ética.</li> </ul>	

Pilar Sostenible:  Movilidad  Gente  Medio Ambiente



Por décimo año consecutivo, se presenta el Informe de Sostenibilidad de Bridgestone Costa Rica 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:

- 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 2015 los asuntos materiales establecidos para este informe fueron establecidos bajo dos criterios: 1) los objetivos estratégicos de la nueva estructura Bridgestone Latinoamérica Norte, BS-LAN, y 2) la matriz de asuntos claves según la Norma de Responsabilidad Social INTE 350101 de INTECO, así como un estudio de Percepción y RSE realizado en el 2014.

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 la localidad de Bridgestone de Costa Rica, S.A. de C.V, considerando la planta de Belén en Heredia.



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.

## Principios de elaboración del informe

### Equilibrio

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

### Comparabilidad

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

### Precisión

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

### Puntualidad

La Memoria de Sostenibilidad de Costa Rica se ha publicado de manera anual en los últimos años y así continuará publicándose.

### 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 Costa Rica, 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](mailto:BS_LAN_Prensa@la-bridgestone.com).





# Índice GRI

## Contenidos básicos generales

Indicador	Referencia	Verificación
G4-1	Págs. 2-4	✓ Pág. 92
G4-2	Págs. 2,3,4,9 y 12	✓ Pág. 92
<b>PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN</b>		
G4-3	Pág. 21	✓ Pág. 92
G4-4	Págs. 24-25	✓ Pág. 92
G4-5	Pág. 22	✓ Pág. 92
G4-6	Págs. 22 y 25	✓ Pág. 92
G4-7	Pág. 21	✓ Pág. 92
G4-8	Pág. 25	✓ Pág. 92
G4-9	Págs. 22 y 23	✓ Pág. 92
G4-10	Pág. 40	✓ Pág. 92
G4-11		✓ Pág. 92
G4-12	Pág. 58	✓ Pág. 92
G4-13	Pág. 35	✓ Pág. 92
<b>PARTICIPACIÓN EN INICIATIVAS EXTERNAS</b>		
G4-14	Costa Rica está adherido a la Declaración de Río en 1992, al cumplir con la normatividad aplicable damos seguimiento al principio de precaución.	✓ Pág. 92

Indicador	Referencia	Verificación
G4-15	Págs. 60 y 61	✓ Pág. 92
G4-16	Págs. 60 y 61	✓ Pág. 92
<b>ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA</b>		
G4-19	Pág. 19	✓ Pág. 92
G4-20	Pág. 19	✓ Pág. 92
G4-21	Pág. 19	✓ Pág. 92
G4-23	Pág. 87	✓ Pág. 92
<b>PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS</b>		
G4-24	Págs. 26-29	✓ Pág. 92
G4-25	Págs. 26-29	✓ Pág. 92
G4-26	Págs. 26-29	✓ Pág. 92
G4-27	Págs. 26-29	✓ Pág. 92
<b>PERFIL DE LA MEMORIA</b>		
G4-28	Pág. 85	✓ Pág. 92
G4-29	Pág. 85	✓ Pág. 92
G4-30	Pág. 87	✓ Pág. 92

Indicador	Referencia	Verificación
G4-31	Pág. 87	✓ Pág. 92
<b>ÍNDICE GRI</b>		
G4-32	Pág. 85	✓ Pág. 92
<b>VERIFICACIÓN</b>		
G4-33	Pág. 86	✓ Pág. 92
<b>GOBIERNO</b>		
<b>La estructura de gobierno y su composición</b>		
G4-34	Pág. 35	✓ Pág. 92
G4-35	Pág. 36	✓ Pág. 92
G4-36	Pág. 17	✓ Pág. 92
G4-37	Pág. 37	✓ Pág. 92
G4-41	Pág. 37	✓ Pág. 92
<b>PAPEL DEL ÓRGANO SUPERIOR DE GOBIERNO A LA HORA DE ESTABLECER LOS PROPÓSITOS, LOS VALORES Y LA ESTRATEGIA DE LA ORGANIZACIÓN</b>		
G4-42	Págs. 7, 10 Y 11	✓ Pág. 92
<b>ÉTICA E INTEGRIDAD</b>		
G4-56	Págs. 7, 36, 37	✓ Pág. 92
G4-57	Pág. 37	✓ Pág. 92
G4-58	Pág. 37	✓ Pág. 92

## Contenidos básicos específicos

Indicador	Referencia	Verificación
<b>CATEGORÍA: ECONOMÍA</b>		
<b>Aspecto: Desempeño económico</b>		
G4-EC1	Pág. 23	✓ Pág. 92
<b>Aspecto: Prácticas de adquisición</b>		
G4-EC9	Pág. 58	✓ Pág. 92
<b>CATEGORÍA: MEDIO AMBIENTE</b>		
<b>Aspecto: Energía</b>		
G4-EN3	Pág. 70	✓ Pág. 92
G4-EN5	Pág. 70	✓ Pág. 92
<b>Aspecto: Agua</b>		
G4-EN8	Pág. 72	✓ Pág. 92
G4-EN10	Pág. 72	✓ Pág. 92
<b>Aspecto: Biodiversidad</b>		
G4-EN13	Pág. 69	✓ Pág. 92
<b>Aspecto: Emisiones</b>		
G4-EN15	Pág. 71	✓ Pág. 92
G4-EN16	Pág. 71	✓ Pág. 92
G4-EN17		✓ Pág. 92
G4-EN18		✓ Pág. 92
G4-EN19	Págs. 69 Y 71	✓ Pág. 92



Indicador	Referencia	Verificación
G4-EN20	Pág. 71	✓ Pág. 92
G4-EN21	Pág. 71	✓ Pág. 92
<b>Aspecto: Efluentes y residuos</b>		
G4-EN22		✓ Pág. 92
G4-EN23	Pág. 73	✓ Pág. 92
<b>Aspecto: Productos y servicios</b>		
G4-EN27	Pág. 75	✓ Pág. 92
G4-EN28	Pág. 63	✓ Pág. 92
<b>Aspecto: Cumplimiento regulatorio</b>		
G4-EN29	No se presentó ninguna multa significativa en términos ambientales.	✓ Pág. 92
<b>Aspecto: General</b>		
G4-EN31	Pág. 76	✓ Pág. 92
<b>CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL</b>		
<b>SUBCATEGORÍA: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO</b>		
<b>Aspecto: Empleo</b>		
G4-LA1	Pág. 39	✓ Pág. 92
G4-LA2	Pág. 44	✓ Pág. 92
<b>Aspecto: Salud y seguridad en el trabajo</b>		
G4-LA5	Págs. 40 y 41	✓ Pág. 92
G4-LA6	Págs. 40 y 41	✓ Pág. 92
G4-LA8	Págs. 40 y 41	✓ Pág. 92

Indicador	Referencia	Verificación
<b>Aspecto: Capacitación y educación</b>		
G4-LA9	Págs. 42 y 43	✓ Pág. 92
G4-LA10	Págs. 42 y 43	✓ Pág. 92
G4-LA11	Págs. 42 y 43	✓ Pág. 92
<b>Aspecto: Diversidad e igualdad de oportunidades</b>		
G4-LA12	Pág. 40 no se cuenta con el desglose del órgano de gobierno.	✓ Pág. 92
<b>Aspecto: Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores</b>		
G4-LA14	Pág. 59	✓ Pág. 92
G4-LA15	Pág. 59	✓ Pág. 92
<b>SUBCATEGORÍA: DERECHOS HUMANOS</b>		
<b>Aspecto: Trabajo infantil</b>		
G4-HR5	Pág. 59	✓ Pág. 92
<b>Aspecto: Trabajo forzoso</b>		
G4-HR6	Pág. 59	✓ Pág. 92
<b>Aspecto: Derechos de la población indígena</b>		
G4-HR8	No se presentó ninguna multa significativa en términos de derechos de los pueblos indígenas.	✓ Pág. 92

Indicador	Referencia	Verificación
<b>Aspecto: Efluentes y residuos</b>		
G4-HR10	Pág. 59	✓ Pág. 92
G4-HR11	Pág. 59	✓ Pág. 92
<b>Aspecto: Mecanismos de reclamación en materia de derechos humanos</b>		
G4-HR12	No se presentó ninguna multa significativa en términos de derechos humanos.	✓ Pág. 92
<b>SUBCATEGORÍA: SOCIEDAD</b>		
<b>Aspecto: Comunidades locales</b>		
G4-SO1	Págs. 63-67	✓ Pág. 92
G4-SO2	Ninguno	✓ Pág. 92
<b>Aspecto: Lucha contra la corrupción</b>		
G4-SO4	Págs. 36 y 37	✓ Pág. 92
G4-SO5	Ninguno	✓ Pág. 92
<b>Aspecto: política pública</b>		
G4-SO6	Bridgestone no recibe ni otorga contribuciones económicas por parte del gobierno o partidos políticos.	✓ Pág. 92
<b>Aspecto: Prácticas de competencia desleal</b>		
G4-SO7	Ninguna	✓ Pág. 92
<b>Aspecto: Cumplimiento regulatorio</b>		
G4-SO8	No aplica	✓ Pág. 92

Indicador	Referencia	Verificación
<b>SUBCATEGORÍA: RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS</b>		
<b>Aspecto: Salud y seguridad de los clientes</b>		
G4-PR1	Pág. 55	✓ Pág. 92
G4-PR2	Ninguno	✓ Pág. 92
<b>Aspecto: Etiquetado de los productos y servicios</b>		
G4-PR3	Pág. 55	✓ Pág. 92
G4-PR4	Ninguno	✓ Pág. 92
G4-PR5	Pág. 51	✓ Pág. 92
<b>Aspecto: Comunicaciones de mercadotecnia</b>		
G4-PR6	Ninguno	✓ Pág. 92
G4-PR7	Ninguno	✓ Pág. 92
<b>Aspecto: Privacidad de los clientes</b>		
G4-PR8	Ninguno	✓ Pág. 92
<b>Aspecto: Cumplimiento regulatorio</b>		
G4-PR9	Ninguno	✓ Pág. 92



# Carta de verificación



## Carta de Verificación Independiente del Informe de Sostenibilidad 2015 de Bridgestone Costa Rica

### Alcance de nuestro trabajo

Se hace de conocimiento de los lectores de este Informe de Sostenibilidad 2015 de Bridgestone, correspondiente a Costa Rica, 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 Costa Rica, 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 sostenibilidad de Bridgestone, correspondiente a Costa Rica 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

Redes Sociales LT entrega por separado un reporte a la compañía para consulta interna, el cual contiene las áreas de oportunidad específicas para el 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, correspondiente a Costa Rica.

### Resumen de las actividades

- Se revisó el apartado de materialidad y se contrastó con la cobertura de los contenidos que se plasmaron en el Informe.
- Se revisaron los respaldos y evidencias de información proporcionadas por las personas a cargo del proceso de elaboración del informe para corroborar una muestra de indicadores.
- Se solicitaron revisiones y/o correcciones pertinentes a los resultados de los cálculos que presentaron márgenes de diferencia contra nuestra verificación.
- Hubo una comparación general del informe 2015 en relación al de 2014 para revisar la razonabilidad de los datos entre ambos ejercicios.
- Como última actividad de este ejercicio de verificación, se revisó 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](mailto:contacto@redesociales.com)



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

**Bridgestone de Costa Rica S.A.**

Km. 11 Autopista General Cañas, La Ribera de Belén,  
Heredia, Costa Rica  
Tel: (506) 800 LLANTAS





COSTA RICA

INFORME DE SOSTENIBILIDAD  
**2015**