

BRIDGESTONE®

PASSION for EXCELLENCE

Mercado

Bridgestone es una corporación dinámica, que siente pasión por la calidad, la innovación y la excelencia. Su misión es "Servir a la sociedad con calidad superior", la cual se basa en el pensamiento de su fundador, Shojiro Ishibashi, pensamiento que también se refleja en su eslogan: "Passion for Excellence". Bajo esta premisa, se dedica a desarrollar productos y servicios con la calidad, confianza y el orgullo que la distinguen.



En México, Bridgestone produce una amplia gama de diseños y medidas de llantas para automóvil, camioneta y camión, así como para maquinaria agrícola y fuera de carretera, que comercializa a través de una amplia red de distribuidores, además de que actualmente equipa los autos de las armadoras de mayor prestigio.

Bridgestone tiene una planta localizada en Cuernavaca, Mor., enfocada a la fabricación de llantas de desempeño alto y ultra alto, la cual está certificada y galardonada en todos los ámbitos de calidad, seguridad y medio ambiente. Asimismo, en Monterrey, N.L., cuenta con una planta productora que es propiedad de Bridgestone Neumáticos de Monterrey, S.A. de C.V., compañía hermana de Bridgestone de México, que cuenta con el revolucionario sistema de producción que automatiza completamente todas las fases del proceso de fabricación del neumático, desde el procesamiento inicial de materiales hasta la inspección del producto terminado.

Historia

Todo inició con una visión compartida: en 1900, Harvey S. Firestone (1868-1938) fundó la compañía The Firestone Tire & Rubber Company, con tan sólo 12 asociados, y la convirtió en una empresa poderosa. Sus grandes sueños estuvieron cimentados en un simple pensamiento: "Mejor hoy; aún mejor mañana".



Del otro lado del mundo, en 1931, el empresario Shojiro Ishibashi (1885-1986) transformó una exitosa compañía de zapatos en una gran empresa, Bridgestone Tire Co. Ltd. Ishibashi poseía un pensamiento principal, que se ha mantenido firme a través de los años, y actualmente constituye la filosofía empresarial de Bridgestone: "Servir a la sociedad con calidad superior".

Para el año de 1988, Bridgestone adquirió a Firestone, con lo cual la visión de estos dos grandes se complementó. La empresa se convirtió entonces en el fabricante de llantas y productos de hule más grande del mundo.

Por su parte, la Compañía Hulera el Centenario inició operaciones en México en 1937, y para 1958 The Firestone Tire and Rubber Company adquirió una parte de la empresa, cuyo nombre cambió a Firestone el Centenario, S.A., que el mismo año de la adquisición produjo la primera llanta de la marca Firestone en México. Tras la fusión, el nombre de la empresa cambió a Bridgestone Firestone de México, S.A. de C.V.

En el 2009 la casa matriz en Estados Unidos denominó a Bridgestone como único nombre corporativo para el grupo de empresas a nivel global, por lo que en nuestro país cambió una vez más a: Bridgestone de México, S.A. de C.V.

En marzo del 2011 Bridgestone celebrará su 80 aniversario a nivel mundial.

Producto

Cada día, Bridgestone aplica los recursos científicos más sofisticados en el desarrollo de las mejores llantas. La combinación de las ciencias exactas permite a la empresa un continuo avance hacia la tecnología e innovación.

Las llantas son evaluadas en diversos centros técnicos, donde son sometidas a las pruebas más demandantes para garantizar su buen desempeño. Estas acciones también permiten evaluar acertadamente su control y estabilidad, así como el frenado y aceleración en altas velocidades y con cargas pesadas.

Otra excitante aventura para Bridgestone es su éxito en las pistas, donde ha demostrado su liderazgo en tecnología y hecho de su nombre un sinónimo de la excelencia en automovilismo alrededor del mundo. Por su parte, Firestone, la marca secundaria, es la llanta exclusiva de la Indy Racing Series (IRS), serial que incluye la legendaria 500 Millas de Indianápolis.

Pero el portafolio de productos de Bridgestone no se restringe a las llantas, sino que también es líder en muchas otras líneas de productos de primera clase, como polímeros sintéticos, fibras y textiles, así como artículos deportivos.

Bridgestone equipa autos de lujo de las armadoras más prestigiosas del mundo, además de que es la empresa número uno en la fabricación de llantas del sector agrícola y fuera de carretera.

En el segmento deportivo, la empresa es líder en la fabricación de pelotas de golf en Japón, donde la inició en 1935, por lo que

cuenta con una larga y reconocida participación en este deporte. Bridgestone Golf, líder de accesorios de golf en Japón, incursionó en el mercado estadounidense en 1983, promocionando sus productos bajo la marca Precept, y actualmente es patrocinador oficial de la PGA.



Logros

Son muchos los logros que Bridgestone ha alcanzado a través de sus actividades corporativas y comerciales en el mundo, como su fusión global con Bandag, la empresa líder en sistemas de renovación, en el 2007, con lo cual se convirtió en el proveedor más grande del mundo para la industria del autotransporte, al ofrecer una solución competente para el mantenimiento de llantas, apoyada por una amplia línea de llantas nuevas y renovadas. Esto dio lugar a un nuevo modelo de negocios, Bridgestone Bandag Tire Solutions (BBTS), que ofrece una cobertura nacional a través de más de 550 centros de distribución y centros de servicio BTS.



En el 2010, Bridgestone de México ha sido reconocida por quinto año consecutivo como Empresa Socialmente Responsable por el Centro Nacional para la Filantropía, A.C., gracias a las prácticas adoptadas voluntariamente para establecer relaciones positivas y sustentables con la sociedad, como actividades de alto impacto social y medioambiental en las comunidades donde opera.

Otra gran distinción para la compañía fue entrar al ranking de las Súper Empresas –los lugares en donde todos quieren trabajar– por tercer año consecutivo, al adoptar un espíritu de confianza y

orgullo con la intención de ser una de las empresas más honestas y admiradas a nivel mundial. Este certificado es presentado por la consultora TOP Companies y Grupo Expansión, y el proceso auditado por PricewaterhouseCoopers.

Por otro lado, Bridgestone se enorgullece de su implementación de campañas sociales en seguridad vial y medio ambiente, como "Piensa Antes de Conducir", que lanzó en conjunto con la Fundación FIA. La campaña consiste de sencillos mensajes de seguridad vial que resaltan acciones que llevan tan sólo unos segundos y que pueden salvar vidas; además identifican los principales factores de riesgo que pueden provocar accidentes graves o mortales.



Otra iniciativa se basa en la campaña "Por una Conducción + Ecológica", que tiene por objetivo ayudar a los conductores a reducir el impacto de los vehículos en el medio ambiente, siguiendo 10 consejos para una conducción más ecológica.

Para ambas campañas implementó actividades BTL y de relaciones públicas a nivel nacional.

Ante la Crisis

Ante la crisis económica que ha afectado diversas industrias, principalmente la automotriz y, por ende, la llantera, Bridgestone de México no se detuvo, sino que implementó estrategias comerciales que le permitieron finalizar un año con buenos resultados.

La marca desarrolló diversas campañas publicitarias y promocionales, las cuales aplicó a través de su amplia red nacional de distribuidores, con lo que logró superar sus ventas, además de que continuó con su proceso de expansión en el país: inauguró 43 centros de servicio a lo largo del año, con lo cual sumó un total de 520 puntos de venta con personal especializado y cómodas instalaciones.



Cabe resaltar que, aun cuando varias empresas de la industria cerraron fábricas y detuvieron sus sistemas de contratación, Bridgestone apostó por la tecnología invirtiendo en la expansión de su planta en Cuernavaca, Mor.

Desarrollos Recientes

Bridgestone continúa desarrollando neumáticos eficientes en energía, como los productos de marca ECOPIA para vehículos comerciales, además de otros productos que pueden contribuir a una reducción del impacto ambiental, como las películas EVA para módulos solares.

ECOPIA combina un rendimiento ecológico con mayor eficiencia de combustible y seguridad: permite una menor resistencia al rodamiento, que a su vez mejora la eficiencia del combustible, y también reduce la producción de las emisiones de dióxido de carbono.

Esta llanta promete reducir resistencia a la rodadura sin poner en peligro la seguridad en puntos como maniobrabilidad sobre superficie mojada y en el rendimiento de frenado.

Otro desarrollo importante son los neumáticos Run-flat, que reflejan la misión de Bridgestone por servir a la sociedad con productos de calidad superior. Existen dos tipos de sistemas Run-flat: la llanta de "apoyo recíproco", la cual cuenta con un refuerzo en los costados de la llanta que ayuda a soportar el peso del vehículo aun después de la pérdida de aire; y la llanta con sistema de "arillo interior", que soporta el peso del vehículo cuando la ceja se adapta al contorno del rin.

Las llantas Run-flat se distinguen por su buen desempeño a una velocidad y distancia específicas, después de perder presión de inflado bajo condiciones normales, lo cual incrementa considera-

blemente la seguridad del usuario. Asimismo, las llantas Run-flat ayudan a eliminar el uso de la llanta de refacción, lo que contribuye a un ahorro en combustible y la reducción en el consumo de hule, además de que otorga a los fabricantes de autos un mayor espacio para el diseño de vehículos.

Promoción

Bridgestone efectúa diversas actividades publicitarias y promocionales, con el objetivo principal de incrementar la afluencia a sus centros de servicio. Para ello ha desarrollado diferentes campañas a nivel nacional, además de establecer convenios con otras marcas de servicios diversos, como artículos electrónicos, cadenas hoteleras y muchos más, para ofrecer un plus a los consumidores de sus productos y servicios.

Sus campañas son complementadas con un plan de difusión y presencia en medios masivos, como televisión, radio y prensa, además de la elaboración de material promocional para vestir cada centro de servicio en el país.

Cada una de estas actividades, conjugadas con el trabajo en equipo de cada departamento de la empresa y la experimentada red de distribuidores, le permitió a Bridgestone incrementar su reconocimiento de marca y superar sus objetivos en ventas durante el 2009.

Valores

Bridgestone heredó las palabras y el espíritu de la misión de su fundador: "Servir a la sociedad con calidad superior". Su énfasis en calidad superior significa



buscar la excelencia en tecnología, productos y servicios, así como en todas las actividades de la empresa. Los valores que identifican a Bridgestone son:

- Su comunicación es abierta y honesta, con un sentido de libertad y justicia.
 - Está comprometida con la ética, la moral y las leyes aplicables a sus negocios.
 - Apoya la mejora continua a través de un proceso de toma de decisiones basado en hechos.
 - Apoya la diversidad y trata a las personas con dignidad y respeto.
 - Entiende las necesidades de sus clientes y proveedores, a quienes considera socios comerciales.
 - Se esfuerza en brindar productos y servicios de la más alta calidad.
- Así, la confianza que gana de sus clientes y las comunidades alimenta el orgullo que siente tanto por la empresa como por las personas que la integran.



Cosas Que Usted No Sabía Sobre Bridgestone

- La primera iniciativa del fundador de Bridgestone fue la de centrarse completamente en la producción de *tabi*, un tipo de calzado tradicional japonés.
- La marca inició su participación en el Campeonato Mundial de Fórmula 1 en 1997, cuando abasteció neumáticos de competencia.
- Bridgestone cuenta con un museo corporativo, Bridgestone Today, el cual fue inaugurado en el año 2001 en su planta de Tokio, Japón.
- En el 2006, Shojiro Ishibashi, fundador de Bridgestone Corporation, fue incluido en el Salón de la Fama Automotriz, y Harvey Firestone, fundador de The Firestone Tire & Rubber Company, ingresó al Salón de la Fama de Inventores Nacionales.
- Bridgestone es una organización mundial que cuenta con 76 plantas de llantas y renovación, 19 plantas para producción de materia prima, 92 plantas de productos diversificados, 5 centros tecnológicos y 11 pistas de pruebas.