

BRIDGESTONE

INFORME ANUAL DE DE&I





En Bridgestone Americas, dos de los pilares más importantes de nuestra cultura son la empatía y la autenticidad de las personas. Nos preocupamos profundamente por nuestros colaboradores y eso significa que ponemos la Seguridad Primero, Siempre. Por ello, en las fotografías grupales de este informe, todos y todas están usando cubrebocas, ya que fueron tomadas en un período en el que, por motivos de seguridad, era obligatorio usarlo en nuestras oficinas.



Además, esto refleja la autenticidad de nuestro enfoque. Como este es el Informe Anual 2021, estamos utilizando fotografías recientes de colaboradores de Bridgestone (y por eso tienen cubrebocas). Nuestro compromiso es sostener este enfoque en todas nuestras actividades, incluso al compartir nuestro viaje de Diversidad, Equidad e Inclusión con transparencia total, desde los colaboradores que aparecen en las imágenes hasta las métricas que presentamos.



ÍNDICE

MENSAJE DE PAOLO FERRARI	3
CREANDO UN ESPACIO DEDICADO PARA DE&I	5
COMPROMISOS DE DE&I	9
INDICADORES DE DESEMPEÑO	11
GRUPOS DE RECURSOS PARA COLABORADORES	15
COMUNIDADES Y CLIENTES	20

Mensaje de Paolo Ferrari

En abril de 2021, luego del veredicto por el asesinato de George Floyd, compartí mis reflexiones sobre Diversidad, Equidad e Inclusión (DE&I) con todos los colaboradores de Bridgestone Americas. Escribí que, en Bridgestone, solo podemos tener éxito si construimos un lugar de trabajo en donde se celebre la diversidad y en donde escuchemos a todas las personas. Estas palabras siguen reflejando mis convicciones y considero que siempre será así.

Durante el último año en Bridgestone, hicimos hincapié en nuestras iniciativas de Diversidad, Equidad e Inclusión para asegurarnos de que estamos creando un equipo tan diverso como el mundo al que servimos; asignando los recursos necesarios, fortaleciendo nuestras alianzas y construyendo un lugar para generar un cambio verdadero.

La realidad es que las organizaciones diversas e inclusivas tienen un mejor desempeño. Y, cuando se aceptan todos los puntos de vista y todos los colaboradores pueden ser auténticos, la innovación y el trabajo en equipo fluyen con naturalidad. Estoy seguro de que podemos lograr cosas sorprendentes si cada uno de nosotros trae su mejor versión al trabajo.

Ese es el origen de nuestro movimiento “Libre para Ser”. Libre para Ser es uno de los tantos pasos significativos que hemos tomado para avanzar en nuestra iniciativa de DE&I.

Estamos trabajando de manera intencionada para generar un espacio y un enfoque especializados en DE&I dentro de nuestra organización. Estamos definiendo objetivos, apoyando y expandiendo los Grupos de Recursos para Colaboradores (ERG) y asegurándonos de que nuestros esfuerzos relacionados con DE&I tengan un alcance mayor y puedan tener un impacto en nuestros clientes, nuestras comunidades y nuestra sociedad. Nuestro compromiso con DE&I no es algo pasajero. Es más bien una parte fundamental de nuestra identidad y estrategia comercial.

Además, estamos ante un momento muy importante en la historia de nuestra empresa, ya que Bridgestone Americas está publicando su primer Informe Anual de DE&I. Si bien estoy muy orgulloso por todo lo que hemos logrado, el informe también evidencia todo el trabajo que tenemos por delante. La transparencia es esencial en este recorrido. En esa línea, creemos que este es un paso muy valioso para comunicar la importancia de la diversidad, la equidad y la inclusión en nuestra empresa.

Estoy profundamente comprometido a seguir escuchando, aprendiendo y progresando para que podamos alcanzar un cambio positivo real y duradero en Bridgestone. Seguiré alentando a todas las personas a acelerar y profundizar nuestro compromiso con DE&I y espero con entusiasmo los resultados de nuestros esfuerzos colectivos en los próximos informes.



Paolo Ferrari
CEO y Presidente
Bridgestone Americas

CREANDO UN ESPACIO PARA DE&I

En Bridgestone Americas, estamos comprometidos con crear un equipo tan diverso como el mundo al que servimos. Para lograrlo, debemos contar con un espacio dedicado para DE&I en nuestra organización, donde podamos aprender, crecer y generar cambios importantes.

Hoja de Ruta

En 2020, con la llegada de nuestro CEO, Paolo Ferrari, comenzamos a dirigir el enfoque y la energía para integrar DE&I en todos los aspectos de Bridgestone Americas.

Elegimos tres áreas clave para sustentar nuestros compromisos de DE&I



“Cuando Paolo se unió a la organización, nos desafió a desarrollar una estrategia de DE&I y nos brindó los recursos financieros para lograrlo. Entre 2020 y 2021, en conjunto con el Comité Directivo de DE&I, logramos realmente impulsar ese objetivo. La comunicación se aceleró en 2021, y hemos progresado significativamente en los últimos dos años. Ahora llegó el momento de pulir la estrategia para el futuro”.

-Susie Long

Vicepresidenta de Talento, Engagement, Organización y Cultura
Miembro del Comité Directivo de DE&I



“En los últimos siete años, hemos tenido un excelente progreso en cuanto a DE&I. Cuando me uní a Bridgestone en 2014, me di cuenta de que había muchas cosas por mejorar. Ser parte de Bridgestone me dio la oportunidad de enfocarme en estas cuestiones que eran importantes para mí a nivel personal y, así, intentar marcar una diferencia. Tuve la oportunidad de participar como líder y debatir sobre políticas de RR. HH., capacitaciones y otros aspectos culturales”.

-Louise Brock

Asesora Jurídica de Empleo y Prácticas Laborales
Miembro del Comité Directivo de DE&I
Patrocinadora Ejecutiva de BProud



LA FUNDACIÓN



DE&I es parte de la cultura e identidad de Bridgestone. Desde el inicio, nuestro fundador, Shojiro Ishibashi, nos inculcó que lo que es bueno para la sociedad es también bueno para los negocios. Y DE&I es un gran ejemplo de esto. En Bridgestone Americas, nuestras acciones están guiadas por la estrategia y el marco de North Star. El primer pilar de North Star es "Nuestros Fundamentos", cuyo símbolo representa una pared de la casa de Shojiro Ishibashi, que está hecha de ladrillos de distintos tamaños y colores. Esta pared, que sigue en pie hasta el día de hoy, es una representación intencionada del valor de la diversidad.

Tenemos que trabajar mucho para estar a la altura de este legado. Para avanzar en este sentido, hemos creado una oficina especializada de DE&I integrada a las funciones de RR. HH. y que reporta directamente a nuestro Chief Human Resources Officer, con fuertes vínculos a nuestro talento y procesos organizacionales. Adoptamos esta estrategia porque creemos que contar con un equipo diverso con capacidades diversas construido a partir del desarrollo, promoción, retención y atracción de personas de excelencia, es esencial para el éxito sostenible del marco de nuestro North Star.

Con una estrategia de Talento y DE&I integrada y en funcionamiento, nuestro próximo paso es establecer asociaciones clave que nos ayuden a desarrollar y plasmar DE&I en nuestra manera de trabajar. Durante 2021, nuestro enfoque estuvo en crear conciencia dentro de nuestra organización de que **DE&I es responsabilidad de todas las personas dentro de Bridgestone Americas y que trabajamos para formar un equipo tan diverso como el mundo al que servimos.**

Estas asociaciones son una extensión de la oficina especializada de DE&I y liderarán iniciativas empresariales que ayuden a nuestros líderes y colaboradores a comprender nuestra visión, nuestra estrategia y nuestras acciones. Cada asociación nos ayuda a impulsar la formación y la concientización, lo que, a su vez, impulsa el progreso de la iniciativa.

EL MARCO

Nuestros socios



Estos son algunos de los eventos, campañas e iniciativas en los que hemos colaborado con nuestros socios para impulsar la concientización sobre DE&I:

- **Entrenamiento sobre sesgos inconscientes (Implicit Bias)**
- **Eventos de nuestros Grupos Recursos para Colaboradores (ERGs)**
- **Reconocimiento de días festivos sociales y culturales**
- **Semana Libre para Ser**



-Greg Harris

**Vicepresidente de Ingeniería de Manufactura
Miembro del Comité Directivo de DE&I**

"A nivel personal, DE&I trata de promover la diversidad y, de esa forma, nos aseguramos de que nuestra manera de pensar la contemple. Eso es fundamental al momento de resolver problemas técnicos como empresa y de poder responder de manera oportuna a los desafíos que se presentan. El Comité Directivo de DE&I me ayudó a comprender cómo direccionar nuestros esfuerzos para atraer un talento que represente la diversidad. Quise participar del comité para obtener la información de primera mano y, así, poder compartirla con el equipo de Manufactura. Además, me ayudó a comprender mejor las metodologías necesarias para alcanzar la diversidad en el equipo de Ingeniería, tanto a nivel corporativo como a nivel manufactura. Y también mejoró mis habilidades de gestión al ayudarme a comprender mis propios sesgos inconscientes y cómo tomar conciencia de ellos".

"Estamos marcando una diferencia real en la vida de las personas en los lugares donde vivimos y trabajamos. Quiero expandir este impacto, porque eso es lo que sabe hacer Bridgestone. Es genial firmar cheques, pero cuando se cuenta con un equipo presente y comprometido que marca la diferencia, se transmite el mensaje correcto y se demuestra el compromiso y cuidado de Bridgestone. Estamos predicando con el ejemplo".

-Kendrick Robinson

**Especialista Sr. de Inclusión y ERGs
Miembro del Comité Directivo de DE&I**



COMPROMISOS DE DE&I

El fundador de nuestra empresa, Shojiro Ishibashi, creía que un negocio que contribuye a la sociedad y al país siempre será próspero. Bridgestone siempre está cambiando y mejorando para asegurarse de que estamos en el camino correcto. Sin embargo, decir que estamos en un viaje continuo para ser mejores no es suficiente; tenemos que contar con un plan específico para lograrlo.

Por eso, fijamos varias áreas clave y prioritarias para nuestro recorrido de DE&I. Durante el último año, tuvimos un progreso significativo; a pesar de la pandemia global, el equipo de DE&I se vio obligado a crear capacitaciones y a impulsar la concientización de manera virtual.

ÁREAS CLAVE



Nuestro Lugar de Trabajo

- **Patrocinar** un evento de desarrollo por cada ERG por trimestre
- **Aumentar la retención** de colaboradores que representen la diversidad
- **Alcanzar** una tasa del 85% de finalización del curso de capacitación sobre sesgos inconscientes



Nuestro Equipo de Trabajo

- **Garantizar** ternas de candidatos con representatividad diversa para cada puesto vacante
- **Aumentar** la participación de las mujeres en roles de liderazgo en Estados Unidos, Latinoamérica y Canadá
- **Aumentar** la representación de personas de color (POC) en Nuestro Equipo de Trabajo



Nuestro Mercado

- **Aumentar** el gasto en compras en comercios propiedad de mujeres y minorías
- **Asignar** presupuesto a las áreas más importantes



-Ebonee Davis Ifeobu
Vicepresidenta de DE&I

“Nos esforzamos por construir un ambiente de trabajo inclusivo y diverso que influya en nuestro trabajo dentro y fuera de Bridgestone; y estamos en constante evolución. Sin embargo, nuestro enfoque, nuestros compromisos y objetivos siempre han estado, y estarán, relacionados con métricas importantes que impulsen resultados de alto impacto. Para nosotros, tanto las métricas cuantitativas como las cualitativas nos ayudan a determinarlo”.

INDICADORES DE DESEMPEÑO ESTADOS UNIDOS

A pesar de que este año estuvo definido por la pandemia, hemos demostrado que somos resilientes y que mantenemos nuestro compromiso por crear una cultura de inclusión en Bridgestone.

"Hemos decidido hacer un seguimiento e informar según nuestra estructura laboral y de remuneración, que está compuesta por el Liderazgo, Gerencias, Profesionales, Colaboradores, Equipo de Ventas y Área Técnica. A partir de este momento, informaremos sobre dichos datos de esta manera, ya que consideramos que es el método más claro, consistente y transparente. Como se verá más adelante, tenemos grandes vacíos pero también grandes oportunidades. Esos vacíos podrían quedar ocultos en informes más genéricos y generales. Sin embargo, consideramos que a largo plazo perjudican a nuestros colaboradores y a otras partes interesadas, así como a nuestra empresa. No creo que haya muchas empresas que emitan informes con este nivel de especificidad. Sin embargo, creemos que lo correcto es hacer honor a nuestras características culturales y hacernos responsables de progresar año con año.

A medida que avance en los números de este informe, se evidenciará que, desafortunadamente como casi todas las empresas, hay mucho trabajo por delante para mejorar esas áreas. Hemos logrado un progreso considerable durante los últimos años, pero es necesario hacer más, y no estamos exentos de los desafíos relativos a nuestra industria y a la sociedad como un todo. En general, son las mujeres las que abandonan el ámbito laboral y las personas de color las que se ven afectadas por problemas sociales y económicos de manera desproporcionada. Por eso, nos enfocamos en estas problemáticas y estamos comprometidos a construir un lugar de trabajo aún mejor para todos nuestros colaboradores".

-Jason Fisher

Director de Recursos Humanos



El número de mujeres en puestos de liderazgo aumentó un 3%.

Para mejorar nuestro proceso de reclutamiento, en Estados Unidos nos hemos asociado con organizaciones como la Sociedad de Ingenieras (SWE), Mujeres en Tecnología de Tennessee (WiTT) y la Sociedad Nacional de Ingenieros Negros (NSBE).

Contamos con un 33 % de diversidad en la Junta Directiva de Bridgestone Americas.

Grupos subrepresentados (URG)

	Total de colaboradores	URG: Raza	URG: Género	URG: Mujeres de color	Personas asiáticas	Personas negras	Personas hispanas /latinas	Personas mestizas (2 o más razas)	Personas nativas (indo-americanas)	Personas nacidas en Hawái-Islands del Pacífico
Liderazgo	152	9.9%	21.1%	3.3%	3.3%	3.9%	2.0%	0.7%	-	-
Gerencia	1,017	16.2%	29.7%	5.0%	5.9%	5.6%	3.0%	1.4%	0.3%	-
Profesionales	1,825	20.2%	33.2%	6.6%	2.2%	12.8%	3.3%	1.4%	0.3%	0.2%
Colaboradores	26,965	33.4%	10.8%	4.7%	3.0%	19.3%	7.5%	2.1%	1.1%	0.4%
Ventas	2,744	17.7%	6.0%	1.2%	0.02%	7.7%	5.4%	1.6%	0.7%	0.4%
Área Técnica	1,130	16.0%	10.4%	2.1%	7.6%	5.0%	3.2%	0.8%	0.2%	0.1%

Reclutamiento Contratación externa*

Personas de color 46.7%

Veteranos 7.1%

Mujeres 12.6%

*Incluye personas bajo contrato de trabajo mensual y por hora en los Estados Unidos.

Cifras al 1 de diciembre de 2021.

"Creo en el potencial de esta empresa y que, si aceleramos nuestros esfuerzos de representación, obtendremos resultados diferenciados. Con una visión clara y un propósito enfocados en la diversidad, lograremos nuestras metas".

-Bill Harvey

Junta Directiva de Bridgestone Americas



RESULTADOS EN LATINOAMÉRICA

“Estos dos últimos años han sido un desafío para el mundo, y estamos muy orgullosos de nuestra gente porque nos han demostrado su resiliencia y confianza en este contexto turbulento, así como de nuestro equipo de liderazgo que nos ha cuidado y guiado durante este proceso. En Bridgestone Latinoamérica estamos muy emocionados por seguir construyendo nuestra cultura de diversidad, equidad e inclusión. El camino que estamos recorriendo es un pilar clave para que nuestros colaboradores crezcan, lo que tendrá un impacto positivo en nuestro negocio. Estamos convencidos de que nuestros colaboradores y líderes están ayudando constantemente con sus acciones, sus ideas y su compromiso a crear una versión de Bridgestone más sólida y con mayor diversidad”.

-Charlie Rule

**Presidente de Bridgestone Latinoamérica
Patrocinador Ejecutivo de B~UNIDOS**



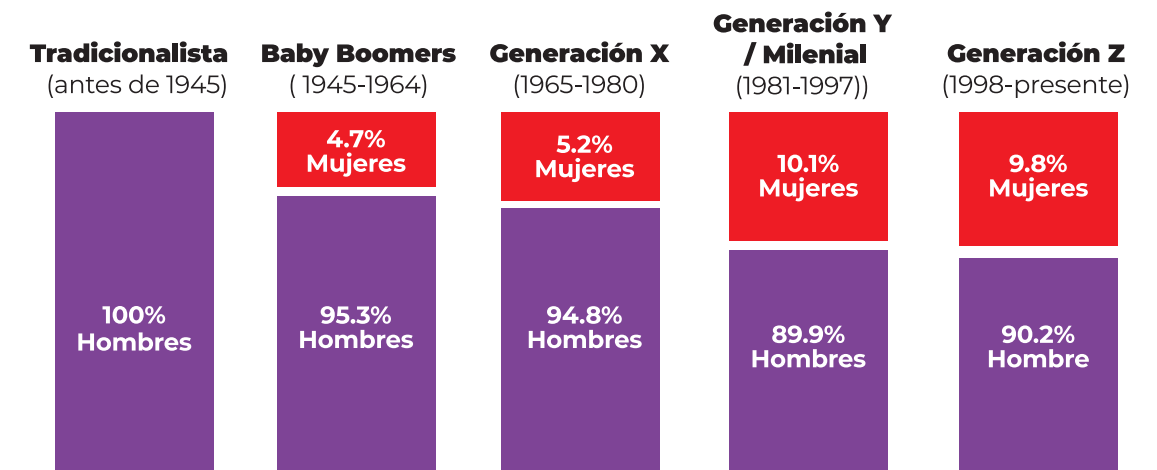
“En Latinoamérica, estamos formando un equipo regional que refleja el mundo al que servimos. Nuestros colaboradores provienen de diferentes países y orígenes culturales, y estamos orgullosos de nuestras tradiciones diversas. En 2021, inspirados por la iniciativa de Bridgestone Americas, lanzamos dos Grupos de Recursos para Colaboradores en nuestra región: BWIN y BProud. Eso nos da la oportunidad de hacer que nuestro negocio sea exitoso al destacar voces únicas. También nos ayudan a crecer como equipo creando espacios para dejar fluir nuestro verdadero Yo y donde se promueve la diversidad y la inclusión en nuestros lugares de trabajo y en nuestras comunidades. Juntos, seguiremos construyendo un Bridgestone en el que haya oportunidades para todos”.

-Lucila Del Grande

**Directora de Recursos Humanos de
Bridgestone Latinoamérica
Miembro del Comité de DE&I para
Latinoamérica**



	Mujeres	Hombre	Total	% Mujeres	% Hombres
Liderazgo senior	8	23	31	25.8%	74.2%
Gerencia	52	151	203	25.6%	74.4%
Puestos no gerenciales	650	1,407	2,057	31.6%	68.4%
Primera línea	95	6,982	7,077	1.3%	98.7%
Total	805	8,563	9,368	8.6%	91.4%



Cifras al 1 de diciembre de 2021.

“Libre para Ser, en Bridgestone, me permite vivir plenamente mis convicciones sin que me señalen”.

Paula González, SSC

“Es fundamental saber que me aceptan como soy y que las personas de todo el mundo tienen desafíos y oportunidades, y que pueden obtener el mismo reconocimiento, en función de sólidos valores globales”.

Ricardo Durval, BS Brasil

GRUPOS DE RECURSOS PARA COLABORADORES

Durante muchos años, Bridgestone contó con lo que se conocía como “Grupos de Afinidad”, que reunían a personas que prestaban servicio militar o que eran mujeres que querían construir una red dentro de la empresa.

En 2018, cuando se incorporó el primer el equipo de DE&I de Bridgestone, los Grupos de Afinidad fueron nombrados Grupos de Recursos para Colaboradores (ERG) para impulsar la aceptación del liderazgo y generar recursos para todos los empleados. Los ERG reúnen a colaboradores y aliados en función de características, experiencias de vida o intereses compartidos para fomentar un sentido de comunidad y de inclusión.

Los ERG son fundamentales para que la empresa pueda apreciar y valorar las diferencias entre sus colaboradores. Son un medio para aprender más unos de otros y celebrar nuestras cualidades únicas. Actualmente, hay seis ERGs. Cada uno tiene autonomía para definir su propósito y sus actividades, incluidos el voluntariado y las tareas comunitarias, las oportunidades de tutoría y de desarrollo, y la creación de redes internas y externas. Todos operan como unidades de negocio que tienen una misión, una visión, un directorio y valores propios. Más importante aún, cada líder y miembro ERG es un voluntario, y participa porque se siente motivado por la causa.

A continuación, explicaremos cómo han ayudado los ERGs de Bridgestone a darle forma a un espacio en el que todos son Libres para Ser.

“Estos espacios me parecen útiles y necesarios para que la gente comprenda que la diversidad y la inclusión deben vivirse plenamente, tanto fuera como dentro de las organizaciones. Estoy muy feliz de ser parte de una iniciativa que busca contribuir con el bienestar de los colaboradores más allá de su desarrollo profesional, ya que fomenta que los empleados se sientan Libres para Ser”.



-Rocío Conde
Marketing digital, Medios y Análisis, América Latina
Miembro de BProud Latinoamérica

LÍNEA DEL TIEMPO



Bridgestone Women's Initiative Network (BWIN) atrae, retiene y capacita mujeres para que sean exitosas y ocupen puestos de liderazgo en Bridgestone. BWIN inspira a toda la organización para promover la diversidad y la equidad de género en el lugar de trabajo. BWIN es el ERG más longevo y grande, además de nuestra oficina central en Nashville, tiene capítulos en Akron, Ohio; Latinoamérica, y en Bridgestone Retail Operations (BSRO).



“Con BWIN, sentí de inmediato que había más mujeres como yo en Bridgestone. Cuando me uní a la empresa, solo conocía a mi equipo. En el primer evento de BWIN al que asistí, pensé “¡Puedo conocer a muchísimas personas!”. Era nueva en Nashville, y, gracias a BWIN muchas personas compartieron sus experiencias conmigo y me ayudaron a integrarme tanto en Nashville como en Bridgestone”.

-Taz Kalolwala
Directora Ejecutiva, Auditoría Interna
Comité Ejecutivo de BWIN



La Organización de Veteranos de Bridgestone Americas (BRAVO) invita a los colaboradores, sean veteranos o no, a conectarse con otras personas de la organización que hayan servido al ejército o que hayan prestado apoyo a amigos o familiares de veteranos de guerra. Los eventos han consistido en armar paquetes de insumos para apoyar a las unidades militares desplegadas en el extranjero, asistiendo las demandas de los bancos de alimentos locales y enviando obsequios navideños a la fundación *A Soldier's Child*, que asiste a hijos de soldados caídos en combate.



“Estoy muy orgullosa del trabajo que hace BRAVO con las oportunidades de servicio comunitario. Yo no soy veterana, así que creo que es genial que les demos oportunidades a los colaboradores para retribuir a las personas que han dado tanto por nuestro país. Me encantó trabajar con un grupo de personas que pertenecían a diferentes áreas de Bridgestone porque probablemente no las habría conocido de no haber sido por BRAVO”.

-Shannon Kennedy
Gerente de Materias Primas, Equipo de Capital
Comité Ejecutivo de BRAVO

2018



BNEXTGEN se centra en el desarrollo y promoción de líderes emergentes que prosperan haciendo más de lo esperado. Es un lugar para personas ambiciosas a las que les encanta darlo todo, tanto dentro como fuera del ámbito laboral. Cada mes, el grupo organiza oportunidades de trabajo en red y de voluntariado, y crea círculos de mentoría compuestos por colaboradores que tengan ideas afines y objetivos similares.



“ Me apasiona retribuirle a la comunidad que apoya tanto a mi familia y a mis compañeros de trabajo que son como parte de mi familia. **BNEXTGEN** ofrece oportunidades a través de nuestros socios comunitarios, así como de asociaciones con otros **ERG** para motivar oportunidades de voluntariado que me permiten involucrarme y retribuir fácilmente. Ser parte de la Junta, al principio como copresidente de Redes y, ahora, como presidente, ha tenido un impacto duradero en lo que soy como persona y en el líder en el que me convertiré en el futuro”.

-Derryl Collett

Analista Sr de Desempeño Comercial de Ventas
Miembro del Comité de **BNEXTGEN** y Tesorero del Comité de **BProud**

2019



BBOLD apunta a empoderar una comunidad formada por colaboradores y aliados de la comunidad negra y afroamericana. La misión de **BBOLD** es darle forma a la capacidad de la empresa para atraer, retener y desarrollar los mejores talentos, fomentando la diversidad y la inclusión en toda la organización.



“ Principalmente, el objetivo fue aumentar la representación de la comunidad afroamericana en Bridgestone y asegurarnos de que en nuestra cultura todos los talentos se sientan valorados por sus contribuciones. Para hacer eso, tenemos el desafío de asociarnos de manera continua con Atracción de Talento para que se visibilice a los miembros de **BBOLD** y ayudar en el reclutamiento, así como para desarrollar y demostrar el talento existente dentro de la empresa para generar retención y desarrollo profesional”.

-LaTres Jarrett

Directora de Ventas Comerciales de Equipo Original
Comité Ejecutivo de **BBOLD**

2019



BProud lidera el cambio cultural en Bridgestone fomentando el compromiso de los colaboradores en el lugar de trabajo y brindando una plataforma para los colaboradores y aliados de la comunidad LGBTQ+, que representa los principios de **DE&I**. **BProud** está involucrado en el Desfile y Festival del Orgullo de Nashville, del que Bridgestone ha sido el patrocinador principal durante muchos años. **BProud** tiene dos sedes adicionales, una en Akron, Ohio, así como en Latinoamérica, que incluye miembros de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica y México.



“ Formar parte de **BProud** me ha ayudado a establecer contactos y a desarrollar habilidades que no pongo en práctica en mis responsabilidades diarias. He recibido llamadas de personas que no conocía y me decían ‘No he salido del clóset con mi familia/compañeros de trabajo. Me encanta ver que la empresa nos apoya’. Esos mensajes son muy importantes”.

-John Sylvina

Gerente de Proyectos, Noreste
Presidente del Comité de **BProud**

2020



B~UNIDOS se compromete a hacer de Bridgestone un entorno inclusivo y diverso para los colaboradores y aliados, tanto actuales como futuros, de la comunidad hispana y latina, además de generar un impacto positivo y promover el crecimiento dentro de nuestra comunidad.



“ Los **ERGs** en Bridgestone han ayudado a crear un lugar de trabajo diverso que fomenta un entorno de compromiso y de respeto entre los miembros de los equipos. Los **ERGs** promueven entornos abiertos e inclusivos y hacen que todos se sientan involucrados. **B~UNIDOS** crea una zona de confort para mí, donde puedo vincularme con otros miembros que respetan mi cultura y mis tradiciones”.

-Mayra Torres

Analista Sr Operaciones de la Frontera Sur
Miembro del Comité de **B~UNIDOS**

2021

B Proud se expande a Akron, Ohio y Latinoamérica

BWIN se expande a Latinoamérica



“Me siento muy orgullosa de enfocarme en nuestro mensaje y de romper barreras en lo que respecta al rol femenino en nuestra empresa y en la sociedad en general. Nuestro objetivo es generar un cambio cultural real y dejar un legado para las generaciones actuales y futuras”.

-Ana Karol Duran

Project Manager IT para LAN
Presidenta de BWIN
Latinoamérica

“Participamos en el Festival del Orgullo y en la Marcha por la Igualdad de Akron el 28 de agosto. Hemos participado en la Marcha del Orgullo de Akron desde sus inicios, en 2017, pero esta ha sido la primera vez que asistimos como ERG y que participamos en la Marcha por la Igualdad. Este evento ha generado muchos impactos positivos para nosotros, incluida la posibilidad de poder celebrar juntos la tan preciada diversidad, así como la visibilidad dentro de la comunidad como un socio que apoya la diversidad”.

-Heidi Perry

Líder de Soluciones de Pago y Horarios
Presidenta de B Proud ATC

“La diversidad en Bridgestone es una realidad. Nuestro desafío al haber creado B Proud en América Latina es visibilizar y darles espacio a nuestros aliados y a todas las personas de la comunidad LGBTQ+. Queremos brindar espacios seguros e inclusivos dentro y fuera de nuestra organización. ¡Nuestro objetivo es encontrar maneras para que cada colaborador de Bridgestone se sienta libre de poder alcanzar su mayor potencial! Queda un largo camino por recorrer, y tenemos mucho entusiasmo por todo lo que estamos construyendo juntos”.

-Pilar Arata

Gerente de Compras LAS
Presidenta de B Proud Latinoamérica

COMUNIDADES Y CLIENTES

Como parte de nuestros esfuerzos por garantizar que nuestra organización sea un reflejo de las comunidades a las que servimos, debemos apoyarlas financiera y culturalmente. Trabajamos para enriquecer los lugares donde vivimos, trabajamos y jugamos en beneficio de todas las personas. BSAM — incluidas nuestras oficinas administrativas, plantas, centros de servicio y puntos de venta al público— tiene presencia en una gran cantidad de comunidades y esta es una excelente oportunidad para generar un impacto positivo.

DIVERSIDAD DE NUESTROS PROVEEDORES

Una forma de alcanzar este objetivo es trabajar con proveedores que reflejen la diversidad que queremos ver representada. Estamos dirigiendo nuestros esfuerzos hacia la colaboración con empresas pequeñas y diversas, siempre que sea posible. La categoría de “proveedores diversos” se refiere a que cuentan con una certificación MBE (que acredita que sus propietarios mayoritarios pertenecen a grupos minoritarios) o WBE (que acredita que sus propietarias son mayoritariamente mujeres) y que estén registrados en la Administración de Pequeñas Empresas (SBA) de Estados Unidos como una pequeña empresa certificada, que cumpla con alguna de las siguientes características: en desventaja, en una zona empresarial históricamente subutilizada (HUBZone), propiedad de veteranos o de veteranos con discapacidad.

Ahora que nuestros esfuerzos de DE&I tienen un enfoque más estructurado, la iniciativa de Bridgestone para que los proveedores reflejen diversidad ha cobrado mayor impulso. **En primer lugar, ampliar la diversidad de nuestros proveedores implicó entender los datos y la información que ya teníamos al respecto.** Ahora que comprendemos mejor cómo se compone nuestra base de proveedores y los servicios y las oportunidades que esto presenta, podemos conectar esa información con nuestros clientes e impulsar nuestro compromiso con la diversidad.



"Notamos que hay un gran número de proveedores que son representativos de la diversidad y que pueden beneficiarnos con aportes diferentes a los que ofrecen los proveedores tradicionales. Contamos con algunos proveedores diversos que son empresas grandes y que configuran una base significativa de nuestros gastos; además logramos involucrar a empresas que pertenecen a mujeres y a personas de grupos minoritarios. Según nuestros datos, estas dos clasificaciones representan la mayor parte de nuestros gastos en cuanto a diversidad. En cambio, necesitamos mejorar la cantidad de proveedores propiedad de veteranos de guerra y a personas de la comunidad LGBTQ+.

Tenemos varias áreas de enfoque y prioridad, reforzamos nuestro compromiso y colaboración con los equipos de diversidad de nuestros proveedores; así como con organizaciones nacionales que apoyan negocios diversos. Nuestros proveedores diversos han demostrado un enfoque innovador, único y flexible con los productos y servicios proporcionados, creando una cadena de suministro sostenible para Bridgestone y nuestros socios proveedores. Nos esforzamos por garantizar que nuestra base de suministro represente todas las clasificaciones que reflejen a nuestros colaboradores, clientes y comunidades a las que servimos".



-John Cason
Director Ejecutivo de Compras
Miembro del Comité Directivo de DE&I



Nuestro Mercado



Nuestro compromiso con la diversidad de los proveedores

Guiada por nuestro compromiso de responsabilidad social empresarial, Nuestra Manera de Servir, Bridgestone Americas se dedica a moldear un futuro sostenible para la movilidad y a mejorar la forma en la que las personas se mueven, viven, trabajan y juegan en todo el mundo.

La diversidad de los proveedores es una parte integral de esa misión y creemos en la importancia económica de promover, guiar y apoyar el crecimiento a largo plazo de las empresas diversas.

Como parte de nuestro compromiso, trabajamos para brindar igualdad de oportunidades a todos nuestros proveedores y nos enfocamos en entablar alianzas sólidas y sostenibles; así como generar oportunidades para promover el desarrollo de los negocios y el crecimiento económico localizado. Queremos adquirir materiales, bienes y servicios de proveedores diversos para promover la eficiencia de nuestro negocio.

Sabemos que trabajar con proveedores que, además de ayudarnos a desarrollar nuestras operaciones a nivel mundial, ofrecen ideas innovadoras puede brindar ventajas competitivas, tanto para nuestra empresa como para nuestros socios proveedores.

Our Way to Serve



Participación comunitaria

Existimos gracias a nuestros clientes. Por lo tanto, aunque no tengamos colaboradores en una comunidad específica, es bastante probable que sí tengamos clientes allí. De esta forma, se hace imperioso encontrar formas de apoyar a esas comunidades, ya sea a través de una donación o de otro tipo de contribución, como prestando nuestro Monster truck Bridgestone para impulsar la asistencia a un evento. Para eso, primero compartimos información con nuestros clientes respecto de nuestras iniciativas y nuestro verdadero compromiso de servicio y luego entablamos alianzas efectivas en múltiples áreas. Así, podemos alcanzar una diversidad genuina, tanto a nivel geográfico como respecto de las causas que apoyamos.

“Una de las oportunidades y habilidades más significativas de Bridgestone, en especial en cuanto a nuestros clientes, es el hecho de que tenemos clientes en literalmente todas las comunidades de Estados Unidos. Eso nos abre una gran oportunidad para servir a un conjunto diverso de comunidades y receptores. Podemos aprovechar el poder y la gran magnitud que implica tener una corporación mundial y aplicarlos en beneficio de las personas que viven en esas comunidades. Por eso, considero que es muy importante que sigamos enfocándonos en cómo podemos trabajar con nuestros clientes cuando surgen estas oportunidades, porque es importante para ellos y, por extensión, debería ser importante también para nosotros”.

- Jon Stanley

**Director Ejecutivo de B2B y Estrategia de la división de Neumáticos para Consumo
Codirector de la campaña de United Way**



APOYO A LA COMUNIDAD

La diversidad de proveedores también implica trabajar con proveedores instalados en las comunidades locales. Por ejemplo, trabajamos mucho con la Cámara de Comercio de Carolina del Sur, ya que Bridgestone tiene en ese estado dos de las plantas de neumáticos más grandes del mundo. Entonces, podemos apoyar la economía de Carolina del Sur al trabajar con proveedores locales, lo que a su vez resultará en un apoyo a nuestras plantas. De esta manera, se crea un beneficio económico circular en las áreas locales. Nuestro equipo de Compras tiene el compromiso de generar más oportunidades como esta en todo el país.

Como Bridgestone tiene los recursos para contribuir financieramente, muchas organizaciones sin fines de lucro y de beneficencia pueden ser socios ideales para aprovechar esos fondos y apoyar a las comunidades de manera más significativa. **Cada año, Bridgestone hace contribuciones a más de 150 organizaciones que apoyan nuestras tres áreas prioritarias: Movilidad, Personas y Medio ambiente.**

Para supervisar la distribución general de los fondos de beneficencia, creamos el Fondo Fiduciario de Bridgestone Americas. En los últimos cinco años, el Fondo Fiduciario ha donado más de USD 12 millones a organizaciones de beneficencia en todo el país, lo que nos ha permitido generar un impacto positivo en millones de personas.

“Contamos con muchas formas para intentar involucrarnos y marcar una diferencia en la comunidad. Una de esas formas es a través de nuestras iniciativas de filantropía. Nuestra sede en Akron recibe un presupuesto del Fondo Fiduciario, que se utiliza en la comunidad de Akron. Además, tenemos un comité del Fondo Fiduciario que decide de qué manera se va a invertir ese presupuesto y cómo se alinea con nuestro compromiso Nuestra Manera de Servir. Como uno de los principales empleadores de la zona, también participamos de varios comités y juntas consultivas, como la Cámara de Comercio del Área Metropolitana de Akron, que se enfocan en promover el desarrollo económico o comunitario”.



-Nicole Squire

Directora de Responsabilidad Social Empresarial e Iniciativas Estratégicas

Hoy en día, el Fondo Fiduciario ha determinado que DE&I es uno de los principales aspectos a tener en cuenta en el proceso de aprobación de fondos y ha empezado a llevar un registro de las contribuciones a organizaciones de DE&I. **Para julio de 2021, el 14% de lo asignado por el Fondo Fiduciario fue destinado a programas relacionados con DE&I, lo cual nos permite proyectar que superaremos lo destinado en 2020.**

En adelante, si una organización no tiene un foco en DE&I, el Fondo Fiduciario solicitará que la organización vincule los fondos destinados a un programa relacionado con DE&I. A través del Fondo Fiduciario, así como de otras unidades de negocio, hemos apoyado a organizaciones a nivel nacional, regional y local para que impulsen aún más sus metas de DE&I:

- National Minority Supplier Development Council
- Japan-America Society of Middle Tennessee
- Plexus-Cleveland LGBTQ Chamber of Commerce
- Women's Business Enterprise Council
- First Tee of Greater Akron
- North Augusta Junior Women's League
- Special Olympics
- National Museum of African American Music
- Nashville Pride
- National Hockey League Foundation



-Brian Cunningham
Vicepresidente de Soluciones de Flota

"El hockey es un deporte que fomenta la planificación y el trabajo en equipo. En ese sentido, para ayudar a las personas que no tienen la oportunidad de practicar este deporte, la contribución financiera de Bridgestone fue clave, ya que financió programas para mujeres y personas jóvenes de color".

Presentamos un estudio detallado de las asociaciones duraderas y de alto impacto que tenemos:



United Way es una red internacional con más de 1800 ONGs afiliadas que ayudan a recaudar fondos. Su misión es unir a la comunidad y movilizar recursos para que todos los niños y niñas, las personas y las

familias puedan prosperar. La misión de la organización es construir una comunidad en la cual todas las personas, más allá de su procedencia, su contexto y su lugar de residencia, tengan la misma posibilidad de vivir un futuro próspero. Bridgestone ha trabajado con United Way por casi 30 años, y nuestro trabajo con las filiales en Nashville y Akron/Cleveland es nuestra principal iniciativa de beneficencia corporativa.

Le brindamos nuestro apoyo a la organización a través de distintas iniciativas, incluidas oportunidades de voluntariado para los empleados, como el evento "Stuff the Bus" o el sorteo de alrededor de 4860 kg de comida en el evento Second Harvest de United Way. Desde 2012, a través de nuestra campaña anual de donaciones, hemos recolectado más de USD 8,5 millones; en 2021, conseguimos casi USD 2 millones.

"Si pensamos en el impacto financiero, está claro que, si se pueden generar donaciones que excedan los dos millones de dólares, se puede generar un impacto importante, más allá de qué comunidad se trate. Ya que Nashville y Akron son nuestro hogar, esto nos interesa mucho. Y a través de United Way, podemos tener un impacto en una gran variedad de causas y personas".

- Jon Stanley



Boys and Girls Club of America (BGCA)



Boys and Girls Clubs brinda lugares seguros donde las personas jóvenes pueden aprender y crecer. Esta organización tiene la convicción de que cada niño, niña y adolescente merece acceder a experiencias y oportunidades que ayuden a mejorar su vida. En 2019, BCGA ayudó a 4,6 millones de personas jóvenes, de las cuales el 26% eran personas de color y el 23% personas latinas, mientras que el 55% eran hombres, el 45% mujeres y menos del 1% eran personas no binarias o personas transgénero. En 2015, BSRO lanzó su asociación con BGCA, ya que el área de trabajo está muy cercana geográficamente a la red de BSRO. **Nuestra principal iniciativa con BGCA es el programa Driving Great Futures, a través del cual Bridgestone dona camionetas para transportar a niños y niñas desde y hacia los clubs de BGCA.** Además, ofrecemos subsidios de transporte para ayudar a los clubes a mantener o mejorar su flota de vehículos existente. En esa misma línea, hemos usado fondos adicionales para mejoras tecnológicas y para abordar cuestiones locales urgentes, como niños y niñas sin hogar.

Para la campaña Driving Great Futures, los clientes y colaboradores pueden hacer donaciones para ayudar a BGCA desde cualquiera de las 2200 ubicaciones de BSRO en todo el país, mientras que los colaboradores de BSRO donan su tiempo para hacer mantenimiento a las camionetas. Entre 2015 y 2020, logramos recaudar más de USD 15 millones.

Programas de capacitación automotriz de BSRO

Para abordar la escasez de técnicos automotrices a nivel nacional y aumentar las oportunidades empleos bien remunerados en la industria automotriz para personas de grupos subrepresentados y desfavorecidos, Bridgestone trabajó con socios locales y líderes educativos para desarrollar dos centros de capacitación automotriz en escuelas secundarias: Maplewood High School (Nashville, agosto 2015) y East High School (Akron, octubre 2018). El programa ofrece a los estudiantes de las escuelas secundarias un programa de cuatro años de preparación para una carrera en la industria de la reparación automotriz. El programa incluye lo siguiente:

- **Aprendizaje práctico en una tienda simulada de Firestone (que cuenta con sistema de venta)**
- **Tutorías con técnicos y profesionales de Bridgestone**
- **Acceso a pasantías en las tiendas**
- **Posibilidad de obtener certificaciones de la industria automotriz**

“Maplewood ofrece a estos estudiantes los certificados de la industria automotriz que necesitan para conseguir un empleo con remuneración digna y les permite obtener las calificaciones que necesitan para ascender a puestos mejor remunerados Akron está iniciando su cuarto año, lo que significa que esta será la primera generación de estudiantes que completen su formación. Esta iniciativa ha dado como resultado un aumento real en las habilidades y los certificados: se pasó de tener 98 estudiantes a más de 1000. Se trata de un modelo que muchos sistemas educativos están buscando adoptar”.

-Nicole Squire

Para diciembre de 2020, se graduaron más de 750 estudiantes en estos programas con tasas de graduación superiores al promedio de la escuela.

Actualmente, 39 de esas personas graduadas ahora trabajan en la industria automotriz, cuya gran mayoría trabaja en tiendas minoristas de Firestone. Además, dos de esas personas participan del Programa de capacitación gerencial de Firestone.



Alianza entre Bridgestone Brasil y SENAI de Santo André

En septiembre de 2021, a través de una asociación con la escuela Senai A. Jacob Lafer, la planta de Santo André, en Brasil, abrió las inscripciones para un curso gratuito de operación de montacargas exclusivo para mujeres. Además de brindar capacitaciones y nuevas oportunidades en el mercado laboral, el curso fomenta la participación de las mujeres en una industria donde los hombres siguen representando la mayoría, lo que a su vez refuerza el compromiso de Bridgestone con la diversidad y la inclusión. Las personas que participan del curso quedan registradas en una base de datos de Bridgestone por, al menos, seis meses, lo que les da prioridad en futuros procesos de selección.





Si bien el viaje de Bridgestone para aumentar la diversidad, la igualdad y la inclusión apenas está empezando, estamos muy orgullosos de la gran diversidad plasmada hoy en día en nuestras marcas, nuestra cultura y, sobre todo, nuestros colaboradores. Estamos en un viaje para convertirnos en un lugar en el que todas las personas puedan alcanzar el éxito, destacarse y sean libres de ser su versión más auténtica, porque eso es lo que realmente importa.

En Bridgestone, siempre eres Libre para Ser. Libre para ser honesto. Libre para ser curioso. Libre para sentirte orgulloso. Libre para ser una persona introvertida, extrovertida cualquiera de los dos.

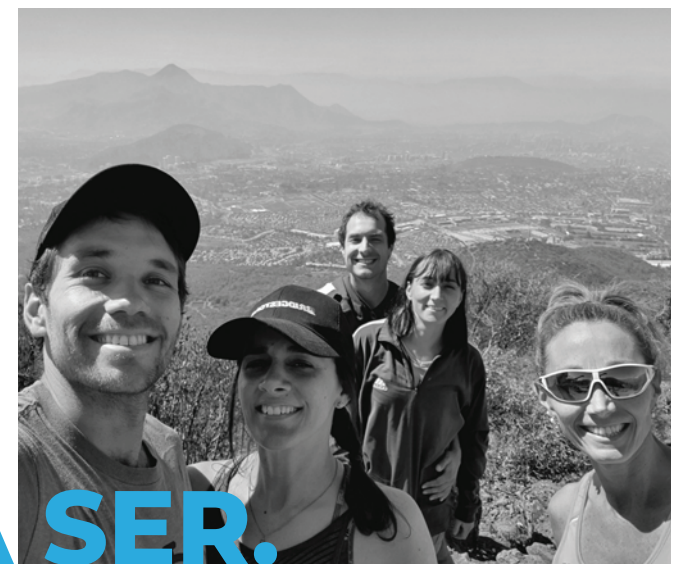
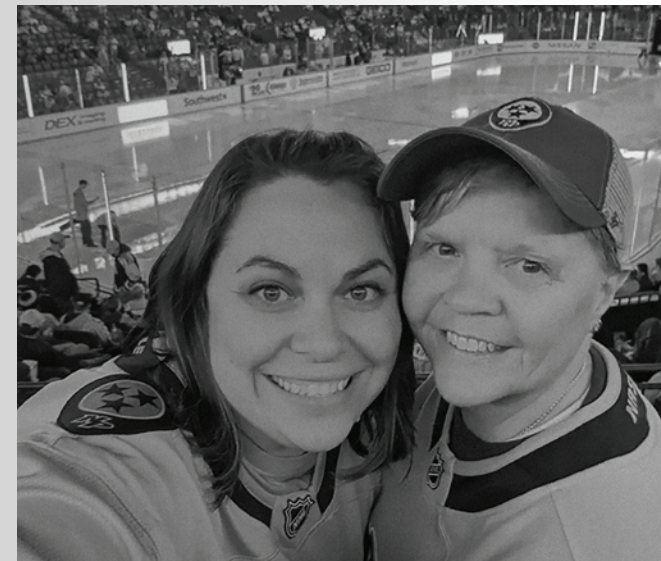
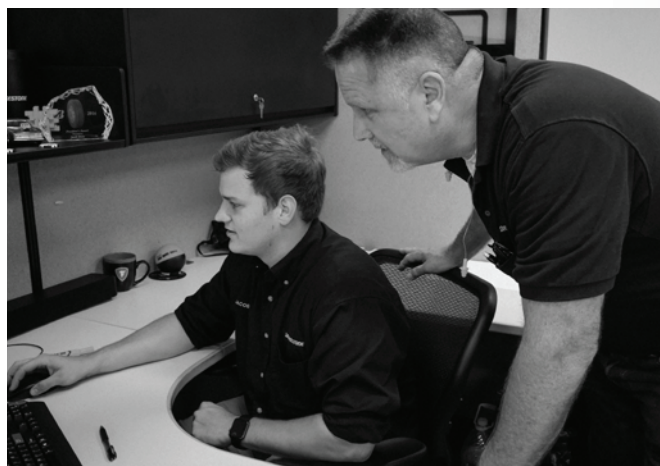
Libre para ser quien eres, incluso si todavía lo estás descubriendo.

Este es un lugar escucha. Un lugar que celebra a las personas tal cual son, con todas sus complejidades. Un lugar que cree plenamente que cada persona debería ser libre de destacar, de hacer oír su voz y de ser su versión más auténtica. Un lugar donde puedes prosperar. Así que muéstranos quién eres. Muéstranos lo inteligente, lo difícil, lo audaz, lo bello y lo valiente.

PORQUE QUIEN ERES ES LO QUE NECESITAMOS.



SOMOS DE&I.



DONDE TODOS SOMOS LIBRES PARA SER.