



Mercado

Yokohama Rubber Co., Ltd., se ha mantenido boyante en el negocio de llantas y transformación de hule. A nivel mundial, la firma ha trabajado de manera intensa para consolidar una reputación de calidad *Premium* en todos sus productos, sobre todo en los neumáticos para autos, camionetas, camiones y autobuses, así como en el equipo pesado de minería y construcción, los vehículos industriales, los rines deportivos y los componentes relacionados con la industria automotriz.

Sin embargo, la firma produce muchas cosas más. De hecho, sus operaciones se dividen en cinco campos principales: Los neumáticos, los productos industriales especializados (como bandas transportadoras, mangueras, defensas marinas, ingeniería civil, productos anti-sísmicos), los destinados a la industria de la construcción (como los materiales a prueba de agua, o de sonido y vibraciones; o máquinas y herramientas, transporte y electrónica), y los del Sector Aeroespacial.

Además, bajo la marca PRGR, la empresa elabora y comercializa equipos de golf.



Historia

La corporación Yokohama Rubber Co., Ltd., tiene una historia rica en anécdotas; siendo una de las empresas llanteras más antigua de Japón, fue establecida el 13 de octubre de 1917, como una empresa conjunta entre Yokohama Electric Cable Manufacturing Company (precursor de la actual Furukawa Electric Co.) y B.F. Goodrich Company, en Estados Unidos.

La foto muestra Sukeichi Nakagawa, director de Yokohama Electric Cable, que fue decisivo en el establecimiento de Yokohama Rubber y que, más tarde, se convirtió en el segundo presidente de la compañía.



La construcción de la primera planta de producción se completó en Hiranuma-cho, Yokohama, donde la planta comenzó a producir las correas, los neumáticos y otros productos, utilizando procesos de refinación. En 1923, la planta fue destruida por el devastador terremoto *Kanto*, pero el compromiso y el amor de Yokohama prevaleció por encima de esta contingencia, y ya, en 1929, la planta se levantó de nuevo, para trabajar con la misma energía que siempre la había caracterizado.

En 1937, se llevó a cabo el cambio de marca, de Goodrich a Yokohama, y su expansión continuó sin freno, en casi todo el mundo, hasta el día de hoy, cuando se mantiene como una de las empresas más importantes de la industria llanteras.

En Estados Unidos, Yokohama Tire Corporation (YTC), inició sus operaciones en 1969, y desde entonces ha experimentado un crecimiento sin pausa, contando con doce plantas en dicho país además de diversos centros de investigación y desarrollo, así como pistas de pruebas en todo el mundo.

Hoy en día, la compañía se siente orgullosa de ser reconocida entre las mejores empresas

manufactureras de llantas premium en todo el mundo y, de ser el proveedor de los fabricantes de autos más reconocidos a nivel global, como *Porsche, Mercedes Benz, Lexus, Lotus, Toyota, Nissan, Honda, Mitsubishi, Mazda, Subaru, Suzuki, Dodge...*, entre otros.

Yokohama, con su plan estratégico "*Grand 100 design*", ha desarrollado una visión corporativa, mediante la cual promueve una cultura orientada al cliente. Bajo ese concepto, la firma busca cumplir la visión de ofrecer los mejores productos -a precios competitivos y en el tiempo correcto- y con tecnologías que protejan al medio ambiente y en base a estándares rigurosos de ética empresarial.

mundo exterior, comenzada a fines del siglo XIX.

Luego de su apertura, la actividad de Yokohama Rubber se dividió en dos ramas básicas, la primera, enfocada al desarrollo de todo tipo de neumáticos, principalmente para equipo original y exportación, y la segunda, *Multiple Business Group*, a los artículos industriales y de ingeniería, tales como correas, mangueras, plásticos, revestimientos e, inclusive, artículos deportivos.

La inversión en investigación e innovación de nuevas tecnologías, así como la necesidad de ofrecer



al cliente algo más allá para su seguridad y protección, condujo a Yokohama a ser, desde sus inicios, líder en innovación y desarrollo de productos diversos; un ejemplo de ello es la fabricación de llantas para aviones, desde 1941, o la introducción de la primera llanta para nieve en Japón; pero también, la primera llanta radial de acero en dicho mercado. Por si esto no bastara, han desarrollado llantas para bicicletas deportivas e incluso tanques para el avión *Boeing 777*. Estos son sólo ejemplos de la fuerza, innovación y empuje que tiene la empresa para reinventarse una y otra vez, y lanzar al mercado productos con tecnología de punta.

Producto

Como se mencionó en párrafos atrás, los inicios de Yokohama se dieron en 1917, cuando la mayoría de las empresas industriales japonesas aprovecharon la inercia de la apertura de Japón al

Logros

Por otro lado, Yokohama ha desarrollado una "iniciativa verde" para asegurar que en todas sus operaciones y procesos de producción respetan y cuidan el medio ambiente, y minimizan el impacto ambiental de la empresa. El nombre que se ha dado al paraguas de la filosofía ambiental global de Yokohama es: "*BluEarth*®", que incluyen los productos antes mencionados.

BluEarth® es producto de la filosofía de Yokohama orientada a la producción de neumáticos amigables con el medio ambiente, socialmente responsables.

Los esfuerzos ambientales de Yokohama han sido reconocidos a nivel mundial.



En 2013, en la conferencia anual de petróleo, química y eficiencia de energía recibió el elogio de ser un “precursor de eficiencia energética”; Yokohama fue reconocida por el menor consumo de energía por tonelada de llantas producidas.

En la Expo de tecnología de neumáticos 2011, en Colonia, Alemania, Yokohama fue honrada con el “premio ambiental” del año.

Yokohama registra cero emisiones de residuos en sus ocho plantas de producción en Japón, así como en su planta de Filipinas, y ha logrado una reducción del 8% en las emisiones de CO₂, superando los objetivos fijados por el Protocolo de Kyoto sobre el cambio climático. Además, recibió la calificación más alta posible del medio ambiente por el Banco de desarrollo de Japón.

Tanto en Estados Unidos, como en todo el mundo, las instalaciones fabriles de Yokohama tienen certificado ISO 14001, certificación relativa al sistema de gestión ambiental de las organizaciones con estrictos principios ambientales y auditorías.

Asimismo, Yokohama ha lanzado una iniciativa global a largo plazo: “bosque por siempre”, que forma parte de las actividades de preservación del medio ambiente. El proyecto inició en el 2007 en la fábrica de Hiratsuka, Japón, en donde se plantaron alrededor de 30 mil árboles.

Más tarde, esta iniciativa fue implementada en otros países, incluyendo la localidad de Fullerton, CA. En Salem, Virginia, la iniciativa fue diseñada para absorber el dióxido de carbono de la atmósfera, y a la fecha, más de 315.000 árboles han sido plantados, con el objetivo de crear 25 hectáreas de bosque nuevo.

Sostenibilidad. Yokohama Tire Corporation (YTC) ha lanzado su Plan (GD100), donde busca armonizar las operaciones de la empresa, desde el diseño hasta la fabricación y distribución del producto. El Plan GD100 coincide con el centenario de la organización en el año 2017 y describe cómo YTC reducirá el impacto ambiental hecho por cada uno de sus productos, incluyendo llantas de autos de pasajeros y neumáticos para camión, así como adhesivos, selladores y accesorios de golf.

Desarrollos Recientes

Muchas personas asocian el nombre de “Yokohama” con una “avanzada tecnología en neumáticos”, y



por una buena razón. Desde que inició sus operaciones en Estados Unidos, en 1969, la firma ha introducido numerosos avances en tecnología de llantas.

El neumático S.drive®, presentado en 2007, empleó un compuesto exclusivo Micro-Flexible que mejoró de manera sustancial el agarre en pavimento seco y en condiciones de piso mojado.

Basado en investigaciones relacionadas con la nanotecnología, de las que Yokohama fue pionero, han surgido infinidad de productos que han mejorado el desempeño de los productos de la marca.

Yokohama se ha preocupado desde hace tiempo por desarrollar tecnología



“verde”, tanto para neumáticos de carreras, como la ENV® ADVAN-R2, o como la gama de productos de su concepto “BlueEarth®” los cuales contienen aceite de naranja.

Este compuesto, además de reducir el uso de productos derivados del petróleo, promueve el empleo de productos naturales y sostenibles, así como la mejora del desempeño de las llantas al disminuir la resistencia al rodamiento, ahorrando así en el consumo de combustible.

Hoy en día, muchos de los neumáticos de Yokohama cuentan con aceite de naranja, incluyendo el ultra Alto Rendimiento ADVAN Sport® V105 y ADVAN Neova AD08 R®, así como el nuevo GEOLANDAR H/T G056, diseñado para SUVs y las camionetas más populares.

La tecnología de aceite de naranja de Yokohama ha destacado en una exposición especial en el Museo de la ciencia, en Boston, Massachusetts.

Promoción

Con el fin de lograr la apertura de puntos de venta, y un posicionamiento de marca sólido,

como lo tiene en el resto del mundo; Yokohama Tire México ha implementado un agresivo plan de expansión y posicionamiento de marca, a través de la apertura, a lo largo del país, de nuevos distribuidores que comulguen con la filosofía de atención y servicio hacia los clientes.

Asimismo, ha iniciado algunas campañas publicitarias a nivel nacional en medios masivos y con patrocinios de eventos del sector automotriz, en las que logra plasmar la esencia de la marca; dos razones para crear la mejor llanta: tecnología y corazón.

Valores

A lo largo de su trayectoria, Yokohama se ha sustentado en diversos valores, los cuales han sido considerados en cada una de sus decisiones, tanto para el bienestar de sus clientes como el de sus empleados.

El trabajar con imaginación, pasión, integridad, alegría, confianza, iniciativa y cooperación..., ha hecho sobresalir a la empresa y ha conseguido la total confianza y lealtad de sus clientes.

Yokohama ofrece oportunidades que desafían a las personas que buscan unirse a una organización que reconoce y premia el esfuerzo y la pasión de sus empleados, bajo un entorno de trabajo dinámico y retador.

La filosofía corporativa de Yokohama es: “Enriquecer la vida de las personas al contribuir a su bienestar y felicidad, dedicando las energías de todo corazón y aplicando tecnología avanzada para la creación de productos beneficiosos”.



yokohamallantas.com

Cosas que usted no sabía sobre Yokohama

- Es la primera compañía fabricante de neumáticos en Japón. Casi cumple 100 años de antigüedad.
- Fue la marca oficial de llantas seleccionada por el Emperador Hiroito para sus vehículos.
- Cuenta con tres centros de investigación en Japón y Tailandia, en donde se realizan pruebas de rendimiento exhaustivas a los diferentes productos, así como evaluación de las nuevas tecnologías que saldrán al mercado.
- El primer fabricante de neumáticos que empleó la nanotecnología aplicada a las llantas fue Yokohama.
- Su modelo de llanta para camión, el ZEN 903W, obtuvo el “Premio al Mejor Diseño”, del Instituto Japonés de Promoción del Diseño.
- Firmó el patrocinio del Chelsea FC para las próximas cinco temporadas, uno de los más importantes en el fútbol inglés.
- En fechas recientes, la empresa abrió una fábrica de mangueras automotrices en Aguascalientes.