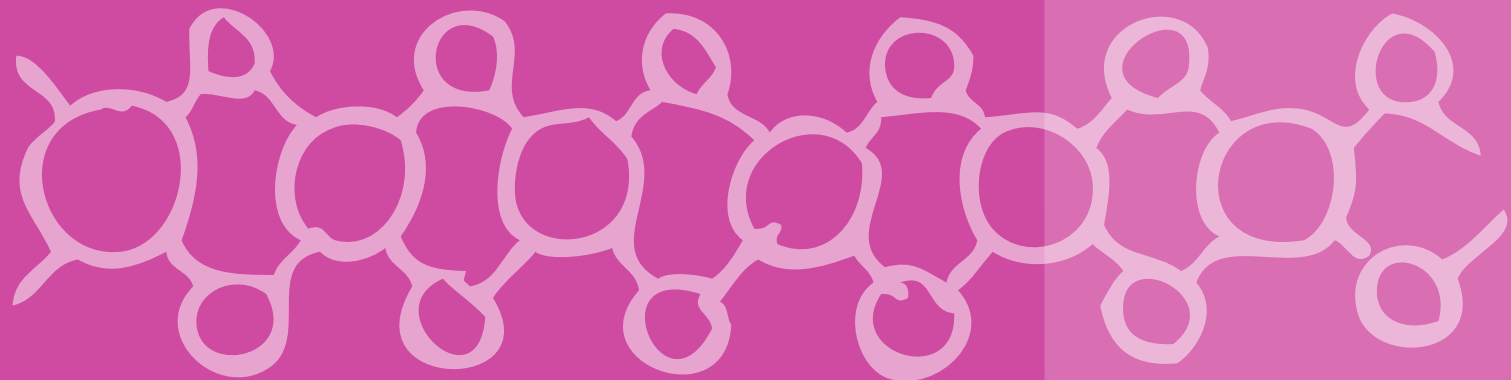


REPORTE SOCIAL

2 0 1 1



Índice



I. Mensaje de la Dirección General	5
II. Historia y perfil de Liomont	7
• Información Corporativa	7
• Misión	7
• Visión	7
• Valores	7
• Privacidad y confidencialidad	8
• Grupos de interés	8
III. Desempeño Económico	11
• Presencia en el mercado	11
• Alianzas estratégicas	12
• Liomont en el Mundo	13
• Investigación	14
• Portafolio de productos	15
• Participación para el desarrollo	18
• Satisfacción al cliente	19
• Nuestra gente	19
• Certificado de Equidad de Género (MEG2003)	20
• Capacitación	21
• Conducta ética	22
• Apoyo a la educación	22
• Salud ocupacional	22
• Ausentismo y Accidentes	23
IV. Desempeño Social	25
• Programas sociales	25
• Premio Amanda Rimoch a la Educación Ambiental	27
• Misión Sonrisas	28
• PICA (Programa Integral Contra la Amibiasis)	29
• Apoyo a la UNICEF	29
• Apoyos diversos	29
• Voluntariado corporativo	31
V. Desempeño Ambiental	33
• Compromiso	33
• Agua	34
• Energía eléctrica	34
• Recolección residuos	34
• Tetra pak	35
• Residuos peligrosos	35
• Programa Sembrando Vida y Salud	35
VI. Reconocimientos	37
VII. Alcance del Reporte Social 2011	39
VIII. Pacto Mundial	41
• Comunicación de Progreso a los 10 Principios de El Pacto Mundial	41
IX. Tabla del GRI	45
X. Carta de Verificación	57
XI. Contacto	61



I. Mensaje de la Dirección General

Apreciables amigas y amigos:

Como ya es una práctica de nuestra empresa, y con el objetivo de transparentar de forma voluntaria y comprometida nuestra gestión de empresa socialmente responsable, presentamos el Reporte Social de Laboratorios Liomont 2011, el cual concentra información relevante de nuestras acciones en materia económica, social y medioambiental, todas ellas encaminadas a cubrir las expectativas de nuestros grupos de interés.

En este ejercicio, que realizamos bajo la metodología del Global Reporting Initiative (GRI) versión G3, así como atendiendo a los 10 Principios de El Pacto Mundial de la Organización de la Naciones Unidas (ONU), reflejamos el desempeño y los compromisos de Laboratorios Liomont frente a su actuar ético, con prácticas honestas y competitivas, generando productos de la más alta calidad que satisfagan las necesidades médicas de consumidores y pacientes, fomentando el desarrollo de nuestros colaboradores y familiares, además de contribuir al crecimiento de proveedores y de distintos grupos sociales de nuestro país.

Durante el año 2011, hemos reafirmado nuestros cimientos empresariales para alcanzar nuevos mercados. Esperamos pronto poder acceder a distintos países europeos, así como ampliar nuestra presencia en Sudamérica y los Estados Unidos, lo que sin duda pondrá en alto la calidad de la industria farmacéutica nacional y en especial a Laboratorios Liomont, empresa orgullosamente 100% mexicana.

La transparencia y ética con la que nos desempeñamos, nos ha hecho merecedores de diversos reconocimientos, como el Premio Ética y Valores en la Industria, que otorga la Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos (CONCAMIN), mismo que por 6 años hemos ratificado.

También me es grato compartirles que en el presente Reporte Social 2011 vamos atendiendo nuevos aspectos implícitos a un ejercicio bajo los estándares

del GRI, sobre todo en medio ambiente, con diversas acciones que llevamos, tanto al interior y al exterior del negocio, con lo que buscamos contribuir a cuidar y mejorar nuestro entorno medioambiental.

Consideramos de vital importancia fortalecer los canales educativos y de concientización sobre estos temas relevantes para el futuro de la humanidad, por ello redoblamos esfuerzos en los diversos frentes que ya trabajamos desde hace varios años y con lo que buscamos enfrentar nuestro compromiso con este reto global. Así, por ejemplo, podemos mencionar el Premio Amanda Rimoch a la Educación Ambiental, el cual a lo largo de 14 años ha podido impactar a más de 790 mil jóvenes de educación secundaria de nuestro país, impulsando sus proyectos y propuestas de cuidado y preservación del medio ambiente en sus comunidades.

En nuestra compañía, con el apoyo y respaldo de todos sus colaboradores, hacemos frente a los retos y exigencias que los mercados nos marcan, por ello hago un reconocimiento a la gran Familia Liomont, que con ímpetu, esfuerzo y compromiso, vamos caminando juntos hacia nuevas y más ambiciosas metas, las cuales sin duda alcanzaremos.

Finalmente, como en años anteriores, refrendamos nuestro compromiso para contribuir en el fortalecimiento del sector farmacéutico mexicano, para favorecer el desarrollo y bienestar de todos los mexicanos.

Cordialmente

Alfredo Rimoch
Director General
Laboratorios Liomont

II. Historia y Perfil



Información Corporativa

Laboratorios Liomont surgió en 1938 en la ciudad de México y fue fundada por Martin Lewinberg.

La conformación de su capital es 100% mexicano y genera cerca de mil 500 empleos directos y unos 3,500 indirectos.

Valores

- **Satisfacción del cliente**

El personal de Laboratorios Liomont está comprometido a ofrecer satisfacción total a las necesidades y preferencias de sus clientes y aún a superar sus expectativas.

- **Ética**

Laboratorios Liomont considera de importancia vital una actuación honesta y vertical, apegada a valores morales tanto en la fabricación de sus productos, como en la totalidad de sus procedimientos.

- **Desarrollo del Personal**

Para Laboratorios Liomont su personal es la mayor riqueza con que cuenta, por lo tanto se compromete a mejorar su nivel de capacitación, calidad de vida, entorno social y ambiental.

- **Mejora continua**

El proceso de mejora continua del Sistema de Administración de Calidad, se realiza mediante el uso de la Política de Calidad, los Objetivos de Calidad y las Revisiones de la Dirección General, para lograr clientes satisfechos y permanentes de un negocio competitivo.

- **Trabajo en equipo**

El personal se compromete a trabajar en equipo, propiciar la comunicación y conocer claramente sus objetivos para colaborar al éxito de las metas de la empresa.

Misión

“Desarrollar, producir y comercializar medicamentos que ayuden a aliviar el dolor humano”.

Visión

“Hacer de Liomont un sinónimo de calidad y confianza, engrandeciendo a la Industria Farmacéutica Nacional”.

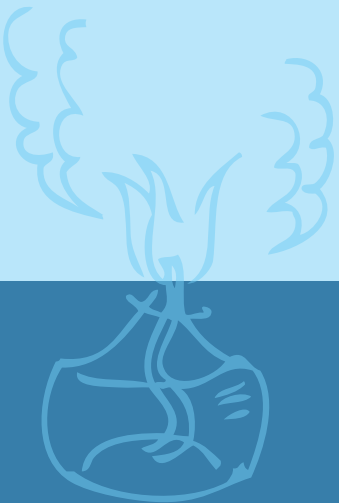


Privacidad y confidencialidad

En Laboratorios Liomont tenemos el compromiso de cuidar y proteger la información de nuestros clientes. Para ello, resguardamos la seguridad y confidencialidad de los datos personales de cada uno de ellos. De esta manera, atendemos a los ordenamientos de la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares, que está en vigor desde julio de 2011.

Desde diciembre de 2011, Liomont tiene los mecanismos para recibir cualquier solicitud de datos personales para que, quienes así lo deseen, puedan ejercer su derecho de acceso, rectificación, corrección y oposición de cualquier dato que haya recolectado la empresa sobre el solicitante.

Asimismo, contamos con una persona responsable de atender, interna y externamente, las necesidades y acciones relacionadas con esta materia a través del correo electrónico: datos.personales@liomont.com.mx



Grupos de interés

Nuestra Política de Responsabilidad Social (RS) responde a criterios dinámicos, que busca atender a los cada vez más exigentes compromisos empresariales de un contexto globalizado, con demandas diferentes a cada uno de nuestros Grupos de Interés.

En Liomont, asumimos esta relación como un principio de corresponsabilidad, donde cualquier parte es una porción del todo, que influye en la estrategia del negocio y forma parte de un objetivo común.

Así, el Mapa de Grupos de Interés de Liomont identifica a los siguientes actores:

Primer círculo:

- Clientes
- Socios
- Colaboradores
- Representantes médicos
- Proveedores

Segundo círculo:

- Gobiernos / Instituciones / Administraciones Públicas / Organismos reguladores
- Medios de comunicación
- Sociedad / opinión pública
- Asociaciones de consumidores y usuarios

Tercer círculo:

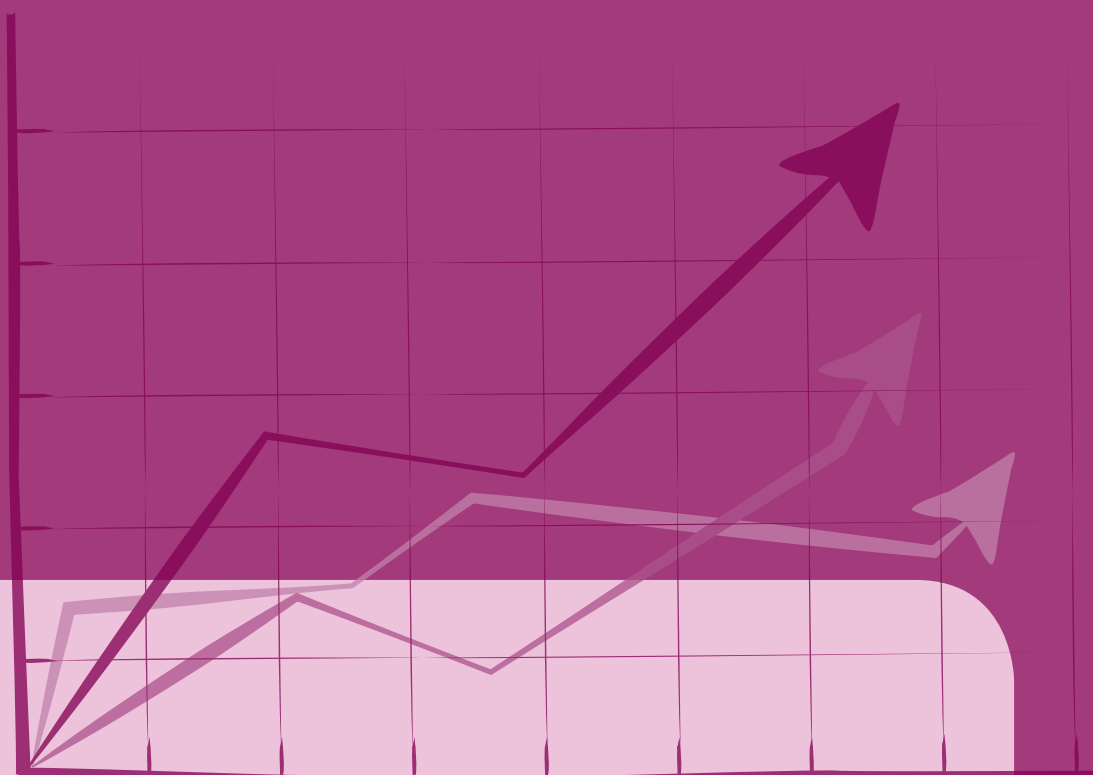
- Competidores
- Organizaciones sectoriales
- Organizaciones de la Sociedad Civil
- Comunidades

La Responsabilidad Social en Laboratorios Liomont se impulsa desde la Dirección General y su trabajo se deriva a los integrantes del Comité de Responsabilidad Social, quienes asumen el compromiso de transmitirla al interior y exterior del negocio, contando con el apoyo, en distintas acciones, de la Fundación Liomont, A.C.

El compromiso de Liomont es atender las expectativas de sus distintos Grupos de Interés, a través de un trabajo ético y transparente.



III. Desempeño Económico



Presencia en el mercado

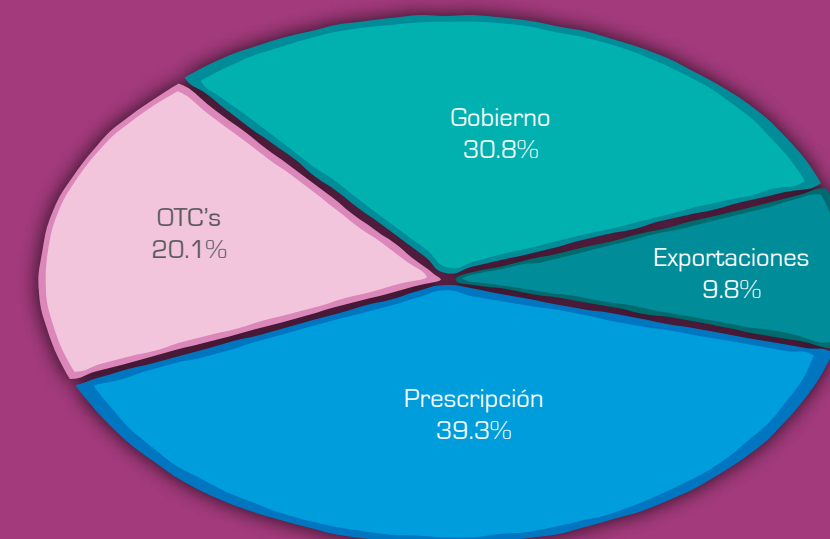
- Durante 2011 Laboratorios Liomont quedó posicionada como la empresa farmacéutica número 9 en Unidades vendidas dentro del ranking de este sector productivo de México.
- Entre poco más de 200 compañías farmacéuticas, nacionales y extranjeras del entorno comercial mexicano, la empresa se ubica en la 3ª posición de las empresas nacionales.
- En este año se lograron desplazar 30.9 millones de unidades, frente a 35.3 millones del año precedente, lo que significó una variación del -12.6%, tanto en los diversos segmentos comerciales, como en las ventas a Gobierno.

Este impacto de contracción en el mercado interno, se logró mitigar gracias a la alianza y trabajo conjunto con organizaciones como:

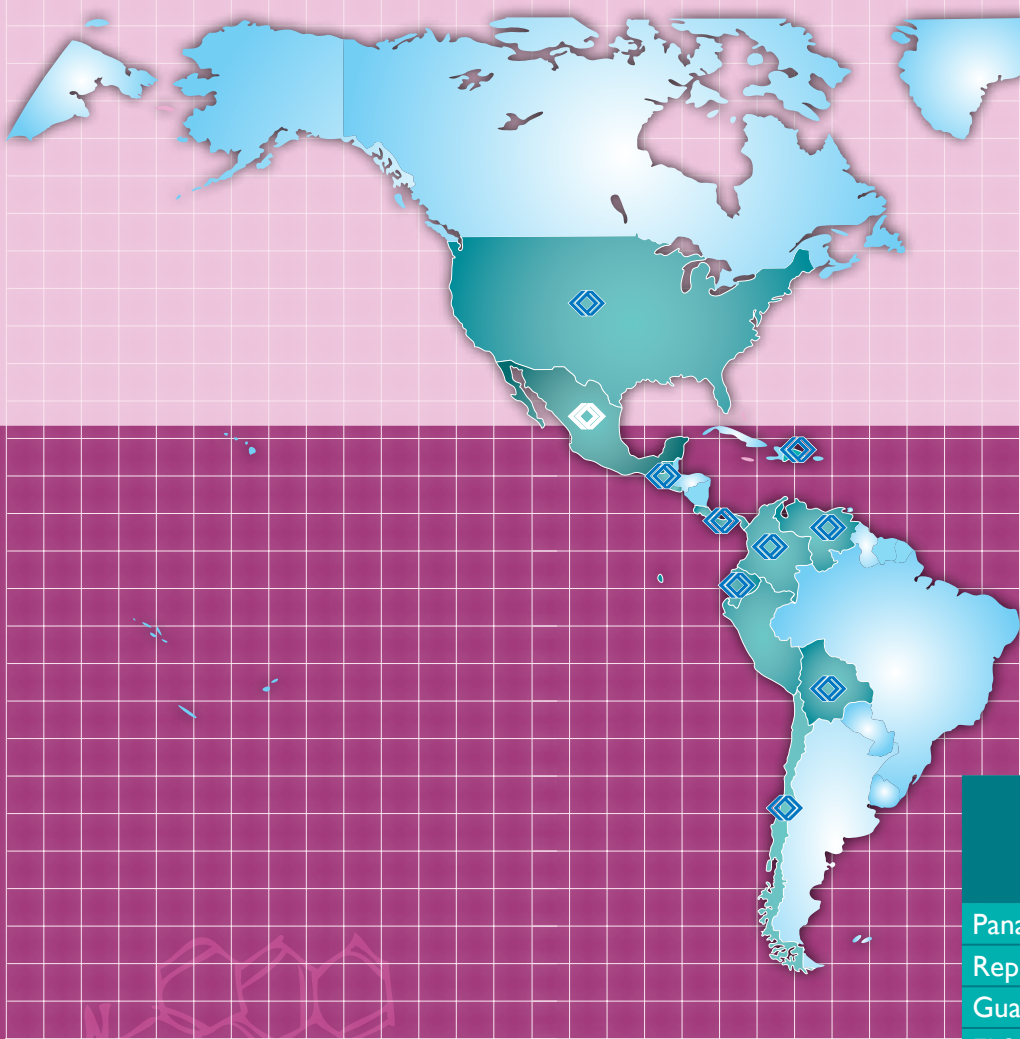
- Astellas (Japón)
- León Farma (España)
- Ginsana (Suiza)



Ventas Unidades 2011



Cabe destacar que Laboratorios Liomont durante el 2011 fortaleció su actividad comercial a través de la diversificación de sus mercados, logrando la segmentación de sus ventas de la siguiente forma:



• En el sector de exportaciones, estas crecieron 18.7% frente a 2010, consolidando nuestro trabajo de expansión comercial fuera de las fronteras de México, principalmente a naciones de América Latina, como: República Dominicana, Panamá, Venezuela, Guatemala, Colombia, Ecuador, Perú, El Salvador y Costa Rica. Asimismo, reactivamos nuestra presencia comercial en Estados Unidos y logramos colocar ya nuestros productos en Chile y Bolivia.

Ventas Sector Exportación			
País	% Participación por país en 2010 (mercado exportador Liomont)	% Participación por país en 2011 (mercado exportador Liomont)	% promedio de crecimiento 2011 vs 2010
Panamá	13.80%	9.6%	18.7%
República Dominicana	5.50%	7.5%	
Guatemala	2.30%	2.6%	
El Salvador	1.50%	1.9%	
Estados Unidos	0.00%	0.8%	
Costa Rica	0.60%	0.6%	
Venezuela	57.80%	54.9%	
Colombia	11.40%	14.5%	
Ecuador	5.20%	2.1%	
Perú	1.80%	4.4%	
Bolivia	0.00%	0.4%	
Chile	0.00%	0.7%	
Total	100%		

Proveedores

La actividad específica de Laboratorios Liomont le compromete a contar con un número de proveedores (282), de los cuales prácticamente se encuentran aprobados y certificados en su totalidad:

- Certificados de análisis del material solicitado
- Evaluación por el área de Desarrollo y Tecnología
- Evaluación por el área de Aseguramiento de Calidad
- Evaluación por el área de Compras
- Auditorías por muestreo y/o pertinencia

Número total de proveedores aprobados (certificados)

2009	2010	2011
260	282	137 manufactura 145 servicios

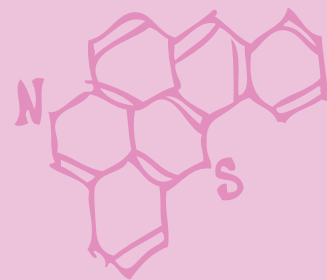


Investigación

En el tema de investigación, la tarea es permanente en Laboratorios Liomont, siempre ocupados por ayudar a aliviar el dolor humano. En este sentido, durante 2011, la Dirección y Gerencia Médicas encabezaron diferentes estudios clínicos, tendientes a demostrar la efectividad y seguridad de nuestros medicamentos:

1. Estudio para evaluar la eficacia y seguridad de Nitazoxanida en el tratamiento de parasitosis intestinales.
2. Protocolo comparativo de Paramix® vs. Daxon®.Proyecto Nitazoxanida en Puebla.
3. Protocolo de producto Ost-Lca. Estudio concluido en 2011.

El apoyo que Laboratorios Liomont genera a la investigación científica, fue avalada en 2011 por el Foro Consultivo, Científico y Tecnológico, AC, tras reconocer el trabajo que se ha realizado en los últimos años y ubicar a nuestra empresa, a través de la Fundación Liomont, AC, en el 6to. **Lugar de Las Empresas con Mayor Producción Científica en el periodo 2003 - 2009**, situación que es un aliciente y un nuevo compromiso para continuar sobre esta línea de trabajo estratégico.



Portafolio de productos

La línea de productos Liomont, consta de más de 48 marcas en diferentes presentaciones, las cuales incluyen sólidos orales (tabletas y cápsulas), líquidos orales (suspensiones, gotas y jarabes), cremas, inyectables, liofilizados, talcos y granulados. Estos productos, a su vez, se dividen en dos grandes rubros, como se describen a continuación:

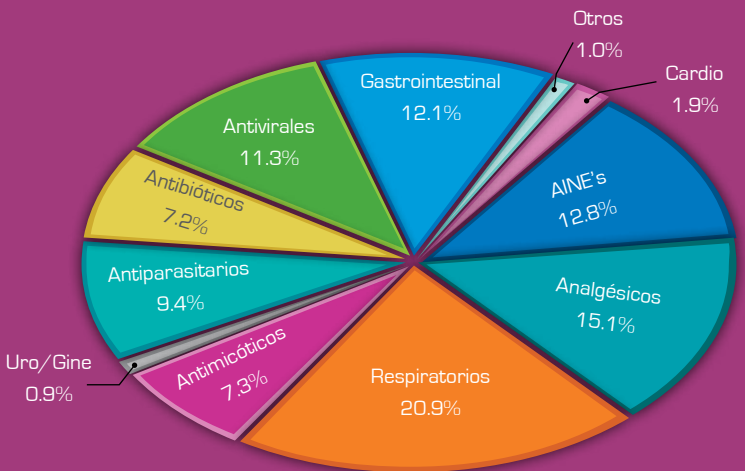
Éticos o de prescripción

- Acloral
- Anglopen
- Antagon I
- Biosint
- Cardipril
- Cefa-3
- Ceftrianol
- Cicloferon Etico
- Cimetase
- Conazol Etico
- Dafloxen
- Ectaprim
- Espasmotex
- Evocs III
- Farmotex
- Flagenase
- Flogosan
- Inhibitron
- Kinestase
- Locoid
- Lodestar
- Macrozit
- Microrgan
- Mucoflux
- Mucovibrol
- Mycelvan
- Paramix
- Prazolan
- Presone
- Pulsar At
- Quimara-I
- Radiance
- Redustat
- Sensibit
- Supradol
- Taliazina
- Thoreva
- Tusigen
- Urinase

OTC o de libre acceso

- Vesicare
- Zondra
- Analgen
- Asa
- Broncomed
- Candiflux
- Cicloferon
- Conazol
- Decrip
- Facidex
- Facidmol
- Inhibitron
- L-Ombrix
- Minofen
- Mycelvan
- Sensibit D Nf

Así, de acuerdo a la siguiente gráfica, los productos o líneas terapéuticas de Laboratorios Liomont se distribuyen de la siguiente forma:



Participación para el desarrollo

Laboratorios Liomont es una empresa que siempre se ha distinguido por contribuir a la generación de negocios adecuados para el crecimiento económico y el desarrollo sustentable de nuestro país, por lo que participa activamente en organizaciones que impulsan las actividades empresarial, farmacéutica, médica, social y ambiental. Estas son algunas de las Asociaciones empresariales en las que participamos:

- CANIFARMA - Cámara Nacional de la Industria Farmacéutica
- ANAFAM - Asociación Nacional de Fabricantes de Medicamentos, A.C.
- CFM - Consejo Farmacéutico Mexicano
- FUNSALUD - Fundación Mexicana para la Salud

También contribuimos con organizaciones sociales, como:

- Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF)
- Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI)
- Junior League de la Ciudad de México
- Rotary Club México
- Fundación ABC
- Fundación Teletón
- Cruz Roja Mexicana
- Grupo para Promover la Educación y el Desarrollo Sustentable (GRUPEDSAC)



En el año 2011 participamos en diversos eventos, cuyo objetivo es la capacitación médica continua para el fortalecimiento del sector; tales como:

Talleres de Educación Médica Continua proporcionados por Laboratorios Liomont en 2011

Padecimientos	No. de Participantes
Varicela	20
Vejiga Hiperactiva	15
Dolor	29
Hipertensión	24
Obesidad	25
Enfermedades acidopépticas	28
Parásitos	20
Alergia	29
Asma	25
TOTAL	215



Eventos con participación de Laboratorios Liomont	Fecha de realización	Ciudad Sede
• Foro Internacional de Medicina del Dolor y Paliativa	Septiembre 2011	México, D.F.
• 5° Congreso Nacional de Obesidad de la Academia Mexicana para el Estudio de la Obesidad (AMEO)	Septiembre 2011	México, D.F.
• XXXI Reunión anual de la Asociación Mexicana para el Estudio y Tratamiento del Dolor	Noviembre 2011	Cocoyoc, Mor.
• XXII Congreso Nacional de la Federación Mexicana de Colegios de Ortopedia y Traumatología	Octubre 2011	Puebla, Pue.
• XXXII Curso anual de actualización en Anestesiología y Medicina Perioperatoria	Mayo - Junio 2011	México, D.F.
• XXXIX Reunión anual Médica del Instituto Nacional de Cancerología	Febrero 2011	Puebla, Pue.
• XV Congreso Médico Nacional Vitamédica	Noviembre 2011	Acapulco, Gro.
• Congreso Nacional de la Sociedad Mexicana de Parasitología	Septiembre 2011	Mazatlán, Sin.
• Expocumbre Mundial de Diabetes, Obesidad, Nutrición y Problemas Cardiovasculares	Abril 2011	México, D.F.
• XVI Congreso Interamericano de Medicina General y Familiar	Octubre 2011	México, D.F.
• XXXI Asamblea Nacional de Médicos Grales. y Familiares y XII Megacumbre Médica	Junio 2011	Acapulco, Gro.
• Participación en actividades Sociedad Gastro	Periodo 2011	D.F. / Guanajuato
• XI Congreso Interamericano de Pediatría de Nuevo León	Junio - Julio 2011	Monterrey, N.L.
• XVII Simposio de Investigación Dr. Joaquín Cravioto M. 2		
• IV Congreso Nacional de Profesores de Pediatría		
• Eventos Regionales de la Asociación Nacional de Cardiología de México	Periodo 2011	Campeche / Tuxtla

• XXVII Congreso Mexicano de Cardiología	Noviembre 2011	Pto.Vallarta, Jal.
• Simposio Internacional sobre avances en el Tratamiento de Enfermedades Alérgicas e Inmunológicas	Julio 2011	Veracruz, Ver.
• Congreso Nacional de Medicina Interna	Noviembre 2011	Acapulco, Gro.
• XIII Congreso Nacional de Pediatría CONAPEME	Mayo 2011	Guadalajara, Jal.
• Congreso Internacional de Dermatología Cosmética, Láser y Pelo	Junio 2011	México, D.F.
• LXII Congreso Nacional de Urología	Noviembre 2011	Los Cabos, BC
• XXXV Congreso anual del Colegio Mexicano de Urología Nacional	Abril 2011	Pto.Vallarta, Jal.
• 62 Congreso Mexicano de Ginecología y Obstetricia de México	Octubre 2011	Boca del Río, Ver.
• XXXVI Congreso Nacional de Infectología y Microbiología Clínica	Junio 2011	Puebla, Pue.
• XXX Congreso Interamericano de Infectología Pediátrica	Noviembre 2011	Guadalajara, Jal.
• XXIV Simposio Interamericano de VIH/Sida		
• XIX Simposio Nacional de Microbiología Clínica, y		
• XXIV Simposio Nacional de Enfermería Infectológica		
• XXII Congreso Nacional de Urología Ginecológica	Junio 2011	Tijuana, BC
• XXXIII Congreso Nacional FESORMEX	Octubre 2011	Mazatlán, Sin.
• LXI Congreso Nacional de la Sociedad Mexicana de Otorrinolaringología y C.C.C.	Mayo 2011	Mérida, Yuc.
XV Congreso Médico Nacional Vitamédica	Noviembre 2011	Acapulco, Gro.



Además de esta participación, Laboratorios Liomont trabaja con asociaciones o grupos de médicos en la realización de talleres que apoyan la adecuada prescripción de los medicamentos y considerar un aprendizaje en la diagnóstica de sintomatologías recurrentes o cuya identificación, aunque muchas veces pueda ser visible, no necesariamente evidencia un padecimiento específico. En el año 2011 efectuamos 231 eventos.



Satisfacción al Cliente

Ayudar a aliviar el dolor humano es parte de la Misión de Laboratorios Liomont y ahí radica el compromiso de satisfacción con nuestros clientes, a quienes nos debemos como empresa farmacéutica.

Para estar atentos a el desempeño que tenemos en los mercados, anualmente realizamos dos estudios que analizan las expectativas de éstos, con el objetivo de que cada producto sea adecuado a cada uno.

En cumplimiento a nuestro Código de Ética, estamos convencidos de que es necesaria una permanente cercanía a los clientes, para reconocerlos y medir efectivamente lo que es conveniente para sus intereses, lo que sin duda ha repercutido en un marcado liderazgo en el sector farmacéutico mexicano.

Nuestro proceso de mejora continua ha sido una herramienta valiosa que también nos ha llevado a incrementar la calidad de los distintos productos que elaboramos en Laboratorios Liomont, lo que nos ha llevado a mantener los mejores estándares de satisfacción entre nuestros clientes.

Canales de atención al Cliente

Laboratorios Liomont viene trabajando desde hace más de 15 años en la consolidación de su política de satisfacción al cliente, buscando una atención práctica y oportuna, cuyo objetivo es el mantenerse en las preferencias del sector médico y del público consumidor, para ello la comunicación se brinda a través de los siguientes canales:

a) **Encuestas de Servicio** (elaboradas de manera interna y externa) dirigidas a nuestros clientes y mayoristas. Durante el periodo que reportamos, se realizaron encuestas de satisfacción al cliente, obteniendo en promedio un 94% de satisfacción en el mercado nacional, de una meta de 95%; en el mercado de exportación, se obtuvo un 96% positivo, alcanzando al 100% nuestro parámetro y, en atención al sector médico, los resultados fueron muy alentadores, pues de una meta marcada en MB + EXC% de 80.0, el resultado fue de MB + EXC% de 82.3, donde se analiza la Atención del Representante médico, la información de los productos y su material promocional y, sobre todo, la efectividad de los productos.

Cabe destacar que para mantener la objetividad de los resultados, Laboratorios Liomont contrata una empresa externa para la realización de estos estudios de medición, con lo que se obtiene la mayor objetividad en los resultados.

b) **Grupo de especialistas.** Este grupo nos otorgó a través de otras encuestas, las siguientes calificaciones y cuyo reflejo corresponde al nivel de satisfacción referente al servicio comercial que les brindamos a través de nuestra Fuerza Promocional:

Gastroenterólogos	-	82%
Medicina Interna	-	67%

c) **Call Center.** Durante el año que reportamos, se trabajó especialmente en el programa Reduce con Redustat, en donde nuestro Centro de Atención recibió de mayo de 2010 a abril de 2011: 48,196 llamadas, las cuales se atendieron de la siguiente forma:

Categoría (entrada)	%
Información del Programa Reduce	38
Información de Redustat	25
Asesoría Nutricional	11
Asesoría Médica	11
Registro al Programa	10
Asesoría Psicológica	3
Información de otros productos Liomont	1
Información médica y Farmacovigilancia	1
TOTAL	100%

Todas y cada una de estas consultas telefónicas fueron canalizadas a las áreas correspondientes para su oportuno seguimiento.



Nuestra Gente

Para el año 2011, Laboratorios Liomont contó con una plantilla de 1,416 colaboradores, de los cuales 1,132 fueron empleos directos y 284 plazas por medio de contratación outsourcing. Durante el año que reportamos se tuvo un ajuste en la plantilla laboral que representó casi el -13%, basada fundamentalmente en el proceso de modernización que se tuvo en equipos y sistemas de producción.

Rubros		2009	2010	2011
Empleos	Totales	1,510	1,502	1,416
	Directos	1,118	1,162	1,132
	Outsourcing	392	340	284
Mujeres empleadas		514	535	521
Hombres empleados		604	627	611

Paralelamente, este periodo que reportamos, la empresa mostró un decremento en el índice de rotación de personal (IRP) de -0.48%, como se muestra en la siguiente tabla:

Índice de Rotación de Personal		
2010	2011	Variación % (2010 vs 2011)
8.30	7.82	-0.48%



Certificado de Equidad de Género (MEG2003)

Cabe resaltar que en el año 2011, Laboratorios Liomont obtuvo el Certificado en el Modelo de Equidad de Género, (MEG2003) que otorga el Instituto Nacional de las Mujeres (INMUJERES) del Gobierno Federal, a las empresas y organizaciones que han establecido este sistema de gestión de recursos humanos, basado en la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres, la no discriminación y la prevención del acoso y hostigamiento.





Capacitación

El desarrollo profesional en Laboratorios Liomont es una actividad que día con día se potencializa y atiende a todas las áreas de la empresa. En 2011 este rubro se enfocó a ciertas áreas de especialización, con el objetivo de atender las necesidades de crecimiento de la empresa, tal y como se manifiesta en la siguiente información:

	2009	2010	2011	Variación
Inversión en Capacitación	\$1'227,762.00	\$940,040.05	\$1,139,097.32	12.11%
Horas capacitación *	19,372	21,783	12,652	-41.92%
Número de cursos	136	231	174	-24.68%
Personas capacitadas	505	1,094	551	-49.64%

* La recertificación en el programa Industria Limpia 2010 impactó sensiblemente el número de personas con capacitación, al igual que en el número de horas.



En la siguiente tabla, podemos apreciar que la capacitación estuvo enfocada a las áreas gerenciales, jefaturas, coordinaciones y áreas operativas, con una inversión superior en 12.11%, respecto al año precedente.

Capacitación por nivel dentro de la organización	2009	2010	2011
Directores	3	6	6
Gerentes	29	52	35
Jefes, supervisores y coordinadores	37	47	45
Administrativos y ventas	181	743	113
Operativos	255	246	223
Total	505	1,094	551



Conducta Ética

Nuestras operaciones están basadas en la práctica del Código de Ética, el cual forma parte del desempeño cotidiano que debemos mantener ante nuestros distintos grupos de interés. A través de la comunicación de nuestros valores, compromisos éticos y transparentes, honestidad y la rendición de cuentas, todos quienes integramos la gran Familia Liomont tenemos la oportunidad y el derecho de denunciar las prácticas nocivas, con el objetivo de atender este lineamiento de la empresa.

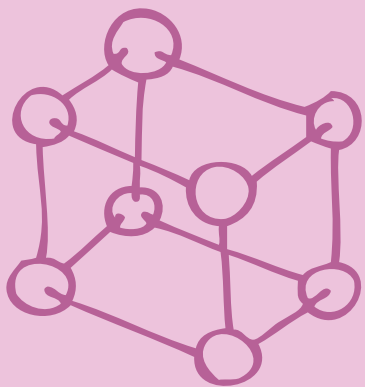
El personal y los distintos grupos que mantienen alguna relación con la empresa, cuentan con mecanismos claros para poder denunciar actos indebidos o violatorios del Código de Ética, así, en el año que reportamos, se tuvieron 12 denuncias, las cuales en su totalidad fueron atendidas oportunamente.

Denuncias	
2010	2011
10	12



La gente tiene para nuestra organización un valor enorme, lo que nos compromete a reforzar día con día nuestras prácticas y a enriquecer esta relación con compromisos de No Discriminación y fomentar la Inclusión Social, aspectos que se permean a todo el personal. Desde nuestra fundación, hemos rechazado categóricamente el trabajo infantil en todas sus expresiones y evitamos cualquier tipo de discriminación en el empleo y la ocupación por razones de raza, nacionalidad, sexo, edad, creencias religiosas o políticas o por su estrato social.

Gracias a todo este conjunto de acciones y a trabajar día con día, de manera estratégica, en la responsabilidad social empresarial, Laboratorios Liomont recibió en 2011 el Premio Ética y Valores a la Industria, por sexto año consecutivo. Este galardón lo otorga la Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos (CONCAMIN).



Apoyo a la educación

Para Laboratorios Liomont la educación es uno de los compromisos más sólidos que tiene con su gente. El desarrollo integral de los colaboradores y sus familias, nos ha llevado a favorecer la educación de los hijos de nuestros colaboradores, quienes deben mantener una excelencia académica, para recibir lo estímulos escolares que desde hace varios años entregamos. Así, en el año 2011 el número de apoyos escolares, pasó de 117 a 123 estudiantes beneficiados, teniendo este año al primer estudiante universitario que recibe los beneficios del programa.

Apoyos Escolares				
Nivel Escolar	2009	2010	2011	
Primaria	82	84	89	
Secundaria	13	24	21	
Bachillerato	3	9	12	
Universidad			1	
Total	98	117	123	



Salud Ocupacional

En Laboratorios Liomont, la salud de sus colaboradores es un asunto relevante, pues es la inversión más importante y una práctica tradicional de su responsabilidad social, al procurar condiciones laborales adecuadas, seguras y saludables.

Periódicamente la empresa realiza exámenes médicos a su personal, y para el año que se reporta se practicaron un total de:

	2009	2010	2011
Consultas médicas a trabajadores	1,176	1,128	1,109
Exámenes médicos preventivos	404	358	416

De igual forma, en 2011 apoyamos a 65 colaboradores con exámenes de agudeza visual, así como con la compra de sus lentes a quienes lo necesitaron, con lo que les apoyamos a mejorar su calidad de vida.

Ausentismo y Accidentes

Los índices de crecimiento de Laboratorios Liomont están basados en el compromiso de su gente, quienes día con día muestran que ellos son parte fundamental de los distintos procesos que intervienen en la elaboración de los medicamentos. Así, durante el año 2011 se mantuvo estable el Índice de ausentismo, como lo muestra la siguiente tabla:

	2009	2010	2011
Índice de ausentismo	2.59%	2.13%	2.35%

Conscientes de la importancia de la seguridad laboral, nunca escatimamos en prevenir cualquier accidente que ponga en riesgo la salud y la integridad física de los colaboradores. La siniestralidad en el área administrativa no registró incidentes, en planta se conservó en un dígito y Fuerza de Ventas incrementó el número de accidentes en calle, por lo que tenemos un gran reto en este rubro.

Incidentes Laborales				
Accidentes	2009	2010	2011	
En Fuerza de Ventas *	15	16	25	
Planta y Oficinas				
Área de administración	6	1	0	
Accidentes en planta	10	6	7	
Total	31	23	32	



* A pesar de que se brinda capacitación constante, el hecho de trabajar en la calle, repercute en accidentes de tránsito, los cuales, afortunadamente, no han sido graves pero entran en el rubro de incidentes laborales.



IV. Desempeño Social

Programas Sociales



El compromiso que Laboratorios Liomont tiene con el desarrollo de México se manifiesta desde diferentes frentes y uno de ellos es la contribución con distintos programas que buscan el progreso de diversos sectores sociales. Entre las principales acciones, destacamos:

Premio Amanda Rimoch a la Educación Ambiental

En Laboratorios Liomont estamos convencidos que a través de la educación nuestro país y su gente saldrán adelante, para alcanzar mejores niveles de vida, donde se incluya la protección y el cuidado al medio ambiente, así como la promoción del desarrollo sustentable, pues representa una prioridad para todos los que habitamos el planeta.

Desde 1997 y con la participación de la Fundación Liomont, AC, la Junior League Ciudad de México, IAP, las secretarías de Educación Pública (SEP) y la del Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT), se realiza el Premio Amanda Rimoch a la Educación Ambiental, cuyo objetivo es incentivar en los jóvenes de educación secundaria una conciencia proactiva para cuidar y preservar el medio ambiente, con proyectos viables que ellos mismos realizan en sus respectivas escuelas.

En el año 2011 se galardonaron 3 escuelas secundarias con un monto económico de 200 mil pesos, distribuidos entre los 3 planteles, y cabe destacar que en los 13 años de vida que tiene este evento se han favorecido a 38 escuelas, públicas y privadas, las cuales en su conjunto y por la orientación del certamen mismo, es que se han logrado impactar a más de 790 mil alumnos, quienes a su vez han replicado su conocimiento y experiencia en sus respectivos núcleos sociales.

Por su impacto social, este programa ha sido distinguido como una de las Mejores Prácticas de Responsabilidad Social por el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI).



Colegio Bilingüe Hellen Keller, S.C. Cuernavaca, Morelos



“En 14 años de vida del Programa Amanda Rimoch a la Educación Ambiental, se han galardonado a 38 escuelas secundarias, públicas y privadas, de poco más de 1,100 instituciones participantes, con lo que se ha impactado a más de 790 mil jóvenes de este nivel educativo de México”

	2009	2010	2011
Montos donativos Premio Amanda Rimoch a la Educación Ambiental	190 mil pesos	230 mil pesos	200 mil pesos
Número de escuelas secundarias reconocidas	3	4	3



EST. No. 48, Narciso Bassols

Escuelas reconocidas en el año 2011

Lugar	Premio	Escuela	Proyecto
1er.	\$100,000.00	Escuela secundaria Técnica No. 48 “Narciso Bassols”, Distrito Federal	Modelo Integral para el cuidado y uso responsable de energía, agua, papel, residuos sólidos y áreas verdes.
2do.	\$60,000.00	Escuela Secundaria Técnica No. 90 “Dr.Arturo Rosenblueth Stearns”, Distrito Federal	Concientización a la comunidad de una escuela sustentable en el cuidado del agua.
3er.	\$40,000.00	Colegio Bilingüe Hellen Keller, S.C. Turno: Matutino, Cuernavaca, Morelos	Mini-huerto orgánico bio-intensivo de traspatio.



EST. No. 90, Dr. Arturo Rosenblueth Stearns, D.F.

“Desde el año 1999, el programa Misión Sonrisas ha brindado más de 1,050 consultas para el tratamiento de niñas y niños, y ha realizado 497 cirugías exitosas”

Misión Sonrisas

Es un programa que se inició hace 13 años y cuyo objetivo es mejorar la calidad de vida de las personas que sufren con esta mal formación, a través de brigadas médicas, que están formadas por equipos de especialistas multidisciplinarios, quienes funcionan y generan dicha actividad, mediante un esquema que logra eficientar de manera integradora, la actividad tanto de gobiernos estatales y municipales, iniciativa privada e instituciones y sociedad civil. Entre los aliados con que contamos en Laboratorios Liomont, está el apoyo otorgado por grupos de médicos de instituciones de gran prestigio como la Clínica Brimex del Hospital ABC, organizaciones de la sociedad civil como el Club de Rotarios de la República Mexicana, además de la participación de gobiernos estatales y municipales a través del Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF), quienes contribuyen con el talento de sus enfermeras, personal administrativo y Damas Voluntarias de los diversos hospitales en donde realizamos el programa **Misión Sonrisas**.

Durante el año 2011 alcanzamos los siguientes resultados a través de las campañas, por medio de 2 diferentes eventos:

- Recepción de 130 solicitantes
- Selección y valoración de 90 candidatos
- 40 candidatos seleccionados para procedimientos quirúrgicos
- 50 pacientes atendidos en procedimientos no quirúrgicos



“Durante 10 años de existencia del Programa PICA, Laboratorios Liomont, en coordinación con distintas organizaciones de salud pública, ha beneficiado la salud de más de 300 mil personas, sobre todo a las de más escasos recursos”

PICA (Programa Integral Contra la Amibiasis)

Constituye uno de los programas que mayor apoyo brinda a comunidades sumamente marginadas y que padecen de problemas sanitarios en sus entornos, los cuales se conjugan con factores como la falta de higiene y las condiciones climatológicas adversas que prevalecen en éstas.

Durante 2011 se distribuyeron más 30 mil dosis de Flagenase 400, para lo cual se contó con el apoyo de médicos y enfermeras de organismos como el Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF), las instituciones municipales de Salubridad y Servicios Sanitarios de los municipios apoyados del centro y sureste del país.

Como en jornadas anteriores y por las condiciones de las comunidades en donde se atiende, las brigadas médicas revisan minuciosamente a cada paciente para identificar si existe un cuadro de amibiasis, ya que al no contar con estudios de laboratorio, es a través de los signos y síntomas que presentan los pacientes, lo que permite diagnosticar oportunamente y evitar la destrucción tisular de órganos vitales, como hígado, pulmones e incluso el cerebro.



Entre los síntomas más comunes de amibiasis, están la diarrea y estreñimiento alternados, flatulencias, cólicos, evacuaciones con moco y sangre y, cuando la enfermedad está en un cuadro agudo, están presentes fiebre, anemia, náuseas, vómitos y pérdida de peso.

Durante 2011, las brigadas del Programa PICA beneficiaron a las siguientes comunidades:

- | | |
|-----------------------|---------------------|
| • Acapulco, | • Pachuca, |
| • Campeche, | • Puebla, |
| • Cd. Nezahualcóyotl, | • Tapachula, |
| • Ecatepec, | • Texcoco, |
| • Ixtapaluca, | • Tuxtla Gutierrez, |
| • Mérida, | • Veracruz, |
| • Oaxaca, | • Villahermosa |



Apoyo a la UNICEF

Durante el año 2011, Liomont continuó desarrollando actividades en diferentes comunidades del país, impulsando de manera específica la promoción en la Educación Infantil bajo el programa Escuela Amiga, que de manera conjunta con la UNICEF, hemos llevado acabo desde hace 7 años, llegando a poblaciones de alta marginación en los Estados de Chiapas, Zacatecas, Oaxaca, Yucatán, entre otros.



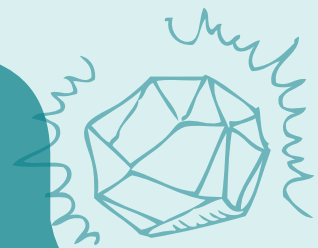
Apoyos diversos

Durante 2011, Liomont continuó con el apoyo a diversas organizaciones de la sociedad civil, cuyo trabajo con alianzas estratégicas permite maximizar los recursos que recibe. Entre ellas, destacan:

- Centro Mexicano para la Filantropía
- Comité Nacional de Lucha contra la Tuberculosis y Enfermedades del Aparato Respiratorio
- Cruz Roja Mexicana, I.A.P.
- Doctor Leopoldo Río de la Loza Fundación para la Investigación y Enseñanza Médica, A.C.
- Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia
- Fondo Unido Rotario de México, A.C.
- Fundación Activa, A.C.
- Fundación Liomont, A.C.
- Fundación Mexicana para la Salud, A.C.
- Fundación Teletón México, A.C.
- Fundación Clínica Médica Sur, A.C.
- Grupo para promover de educación y el desarrollo sustentable, A.C. (GRUPEDSAC)
- Sociedad de Beneficencia Alianza Monte Sinaí, I.A.P.
- The Junior League of Mexico City

Asimismo se otorgaron donativos en especie a las siguientes instituciones:

- Fundación León Calixto, A.C.
- El buen Samaritano, I.A.P.
- Patronato Pro-hospital General de Tlalnepantla, A.C.
- Sistema Municipal para el Desarrollo Integral de la Familia de Xonacatlán
- Un Kilo de Ayuda, A.C.



Mediante el Programa Escuela Vecina, continuamos apoyando el desarrollo de más de 400 alumnos de nivel primaria de escuelas públicas circunvecinas.

Participación comunitaria de Laboratorios Liomont en el entorno inmediato durante 2011

Tipo de proyecto	Segmento de Población que se apoya	No. de personas que se apoyan directamente			Institución	Apoyos / Donativos	Año de origen de los programas	Última fecha de realización
		2009	2010	2011				
Educación	Alumnos de nivel técnico	N/D	40	N/D	Colegio Nacional de Educación Técnica	Donativo de 15 pupitres.	2010	Mayo 2010
	Alumnos de escuela de bajos recursos	405	405	405	Escuela Primaria Kalpilli Cuajimalpa, D.F.	Donativos en especie para celebración del Día del Niño (Insumos para convivio de los alumnos).	1997	Abril 2011
						Donativo en especie para familias de los alumnos de menos recursos (electrodomésticos).		Diciembre 2011
	Alumnos de nivel secundaria	N/D	N/D	720	Escuela Secundaria Oficial No. 0098 Naucalpan, Edo. de Méx.	Donativo de mobiliario usado para oficna.	2011	Marzo 2011
	Alumnos de nivel preescolar	N/D	N/D	422	Jardín de Niños “Heróico Colegio Militar”	Donativo de 7 equipos de cómputo usados.	2011	Junio 2011
Salud	Comunidad en general	N/D	N/D	N/D	Cruz Roja Mexicana, Del. Lázaro Cárdenas	Donativo en efectivo para adquisición de autoclave para esterilización de ropa e instrumentos	2005	Febrero 2011
Preservación de Medio Ambiente y Asistencial	Comunidad en general	N/D	N/D	N/D	Gobierno del Distrito Federal/ Delegación Cuajimalpa	Donativo de agua tratada para usos varios en la Del. Cuajimalpa.	2006	Permanente
						Donativo en especie para campañas de asistencia social (Cobertores, chamarras, bufandas y medicamentos para pernocta de peregrinos y temporada invernal)	1989	Febrero 2009
						Donativo de 30 árboles (encinos), plantados en el Parque San Francisco de la Del. Cuajimalpa.	2009	Junio 2009
						Donativo en especie para celebración del Día de las Madres.	2005	Mayo 2005
Asistencial	Adultos Mayores	600	600		Gobierno del Distrito Federal (Caja de previsión para trabajadores)	Donativo en especie para “Día del Anciano” (Electrodomésticos).	2001	Agosto 2009
	Niños de escasos recursos	500	500		Patronato Cuajimalpa I.A.P.	Donativo en efectivo para celebración del “Día del Niño”.	2009	Abril 2009
	Personas de escasos recursos	N/D	N/D			Donativo en especie para la campaña “Abrígalos”.		Diciembre 2010
	Personas de escasos recursos	N/D	N/D	N/D		Donativo en efectivo para la campaña “Limpiemos México”, “Cuajimalpa te queremos limpio”.	2011	Mayo 2011
	Personas de escasos recursos	N/D	N/D	2	Fundación Michu y Mau	Donativo en especie, 2 boletos de avión para un niño y su abuela, para ser atendido en la ciudad de Huston, Texas, Estados Unidos.	2011	Julio 2011

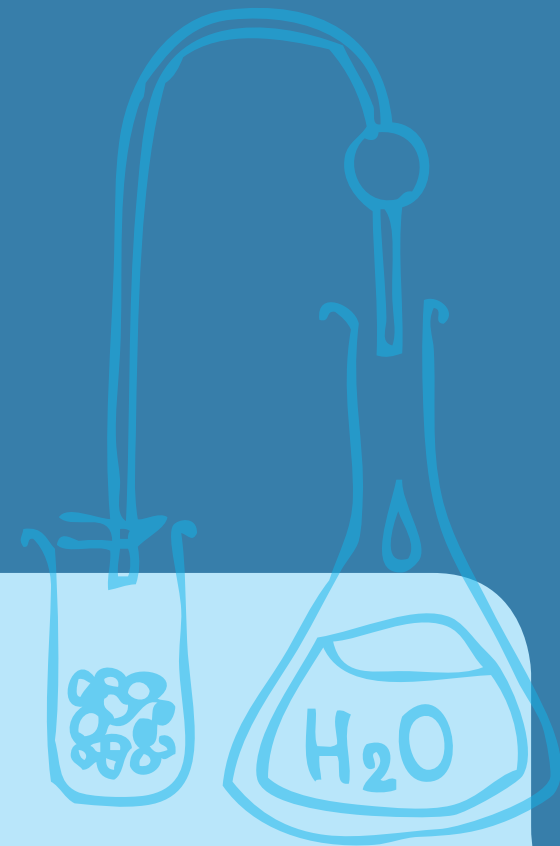


Voluntariado corporativo

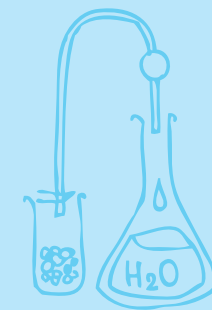
La participación de la gran Familia Liomont en el desarrollo del país es un orgullo que nos permite hacer extensivo nuestro éxito, por ello las acciones de responsabilidad social corporativa van más allá de las áreas directivas y gerenciales, con trabajo comunitario que coadyuve al progreso del país y al desarrollo de la población en situación de vulnerabilidad.

Hoy nuestros colaboradores participan en distintas actividades de voluntariado corporativo, como Reciclable por Naturaleza, Sembrando Vida y Salud, Programa PICA, entre otros.





V. Desempeño Ambiental



Compromiso

El firme y gran compromiso que Laboratorios Liomont tiene con la protección y cuidado del medio ambiente, nos ha motivado a no estar ajenos a todos los cambios y transformaciones que se están dando en estos tiempos, originados por el acelerado crecimiento que presenta la humanidad y sus respectivas actividades.

Para enfrentar la situación, hemos desarrollado varias estrategias enfocadas a hacer cada vez más eficiente nuestra operación, buscando ser amigables con el medio ambiente, entre las cuales, destacan las acciones que tenemos para un uso eficiente del agua, electricidad y otros recursos materiales, como los siguientes:



Del total de este consumo, se pudieron tratar 5,523 m³ de agua post consumo, lo cual representa 40% del volumen total del agua utilizada. Asimismo, de esta agua tratada, se donaron 1,130 m³, lo que representó un incremento sustancioso del 70%, respecto al año anterior; dando con ello, un mayor uso a los remanentes de agua tratada para la disposición en áreas verdes y otros usos en la empresa, como se informa en la siguiente gráfica:

Agua

Las inversiones realizadas en los sistemas de captación de agua de lluvia, adaptación de sistemas hidráulicos para baños y la operación de las plantas tratadoras de agua, han favorecido sustancialmente la disminución del consumo de agua potable, que en 2011 presentó una baja del 7%, respecto al año anterior; como lo muestra la siguiente tabla:

Consumo agua potable			
2009	2010	2011	% 2010 vs 2011
16,050 m3	14,894 m3	13,968 m3	-7%

Tratamiento de agua

	2009	2010	2011	%2010 vs 2011
Agua tratada post consumo	8,154 m ³	5,140 m ³	5,523 m ³	40%
Agua donada	1,350 m ³	330 m ³	1,130 m ³	70%
Agua utilizada en riego y otros uso	2,821 m ³	1,443 m ³	3,292 m ³	60%





Energía eléctrica

Nuestras políticas de ahorro energético y de comunicación han permitido que, aún con el incremento de equipos y tecnología, ante la creciente demanda de productos, en Laboratorios Liomont mantenemos una media en el consumo de electricidad, misma que se refleja en el siguiente cuadro:

Consumo de energía eléctrica				
	2009	2010	2011	% 2011 vs 2010
Consumo electricidad	4'716,000 kw/hr	4'666,000 kw/hr	4'708,000 kw/hr	1%

Este trabajo se ve respaldado con el compromiso de nuestros colaboradores, quienes son conscientes de la importancia de apagar las luces y equipos de cómputo que no se ocupen, ya sean de las áreas administrativas o de operación.

A su vez, el área de mantenimiento se ocupa permanentemente de revisar y mantener a punto los sistemas eléctricos de oficinas y planta, donde diversas áreas cuentan con sensores de movimiento, cuyo propósito es emplear energía sólo cuando sea necesario.

Asimismo, la empresa cuenta con sistemas de encendido y apagado automático, que coinciden con los horarios laborales, de tal forma que en la tarde - noche no haya consumos innecesarios.

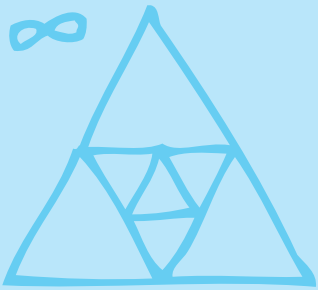


Recolección de residuos

El compromiso por mitigar nuestros impactos ambientales es permanente y eficaz, pues involucramos a todo el personal en esta tarea, a través de pláticas de sensibilización y de generar herramientas apropiadas para llevar a la práctica programas de gestión adecuados al reciclaje de residuos.

Así por ejemplo, en 2010 recolectamos poco más de 2 toneladas de papel, cartón y tetra pak, lo cual contribuye a evitar la tala de por lo menos 34 árboles.

Recolección de Tetra Pak			
2008	2009	2010	2011
1,475 kg	1,651 kg.	2002 kg.	1,701 kg.
26 Árboles salvados	28 Árboles salvados	34 Árboles salvados	29 Árboles salvados



Residuos peligrosos

Como compromiso ético que desde su fundación ha asumido Laboratorios Liomont está el cuidado y preservación del medio ambiente, por ello desde hace ya varios años impulsamos la recolección y confinamiento de diversos productos que son contaminantes después de su uso o su periodo de vigencia.

Así, contamos con un programa de recolección de pilas y baterías usadas, que se trabaja de manera paralela a la que se tiene para medicamento caduco. Es importante resaltar que dichos programas los realizamos con el apoyo de colaboradores y algunos grupos de interés externos, como proveedores, de tal forma que contribuimos a prevenir y a cuidar de la contaminación los suelos y agua.

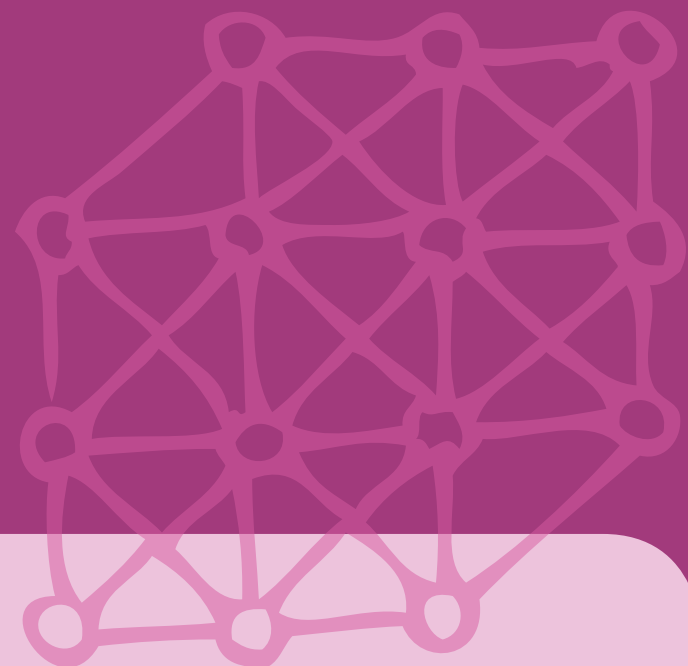
Recolección y confinamiento de pilas, baterías y medicamentos caducos			
	2009	2010	2011
Recolección y confinamiento pilas	230 kg	235 kg	215 kg.
Recolección y confinamiento medicamentos caducos	30 kg	19.7 kg	36 kg.



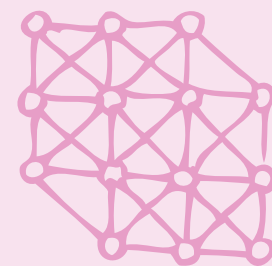
Programa Sembrando Vida y Salud

En coordinación con Reforestamos México, A.C., en el mes de septiembre de 2011 llevamos a cabo nuestro programa Sembrando Vida, en donde varios integrantes del Voluntariado Corporativo llevaron a cabo una jornada de reforestación en la sierra del Nevado de Toluca, en el estado de México, donde se realizó la siembra de más de 1,100 árboles nativos de la región, con lo que además de apoyar el medio ambiente de esta zona geográfica, se impulsa el desarrollo social de las comunidades que viven en el lugar.

Durante 2012 se hará una visita de aseguramiento en la zona reforestada y se continuará apoyando la labor que encabeza la asociación civil, Reforestamos México.



VI. Distintivos y Reconocimientos



Gracias a sus acciones de responsabilidad social corporativa, enfocadas en atender rubros tan importantes como la conducta ética, el contribuir al desarrollo de la ciencia, la manifestación de compromiso de su gente con el medio ambiente, la procuración de la calidad de vida para sus colaboradores, Laboratorios Liomont en 2011 obtuvo los siguientes distintivos y reconocimientos:

- Distintivo ESR (CEMEFI) por 7º año consecutivo
- Premio Ética y Valores en la Industria (CONCAMIN) por 6º año
- Distintivo "H" para el servicio del comedor (SECTUR) por 6º año
- Certificación ISO9000 (ISO) desde 1999
- Certificación en Industria Limpia (PROFEPA), segunda certificación desde 2005
- Certificación Industria Segura, nivel II
- Sembrando Vida y Salud - Reforestamos México
- Modelo de Equidad de Género (INMUJERES)



VII. Alcance del Reporte Social 2011



Laboratorios Liomont ha realizado este ejercicio bajo las directrices del Global Reporting Initiative (GRI), Versión G3 y el contenido en este Reporte Social se refiere única y exclusivamente a las operaciones realizadas en el año 2011.

La información contenida en el documento fue revisada y auditada por AuditaRSE (Firma Social, SC), bajo los estándares de aseguramiento de información de la ISAE 3000, (International Standard on Assurance Engagements, por sus siglas en inglés) donde se obtuvo la calificación ---.

Claridad, precisión y periodicidad [*]

Este documento se encuentra organizado conforme a la presentación referida en el Índice General, ubicado al inicio del Reporte Social, con lo que se permite una mayor facilidad de ubicación de la información y de su respectiva lectura. Asimismo, en las páginas 42-53 está el Índice de Indicadores GRI, lo que facilita al lector ubicar oportunamente los datos referidos.

Se determinó integrar el reporte en una estructura intuitiva, que permita a los distintos stakeholders ubicar, de manera oportuna, su interés en el trabajo de Laboratorios Liomont en los ámbitos económico, social y medioambiental.

Destacamos que en el periodo reportado, nuestro nivel de información no refleja cambios relevantes de comparabilidad con los periodos 2009 y 2010. El presente Reporte Social, así como los de años anteriores, están disponibles para consulta general en los sitio de internet:

www.liomont.com y www.unglobalcompact.org



Materialidad, exhaustividad e inclusividad [*]

En lo referente a la determinación y evaluación de la materialidad, hemos rescatado las observaciones de distintos grupos de interés, considerando indicaciones y estándares metodológicos internacionales del sector farmacéutico.

De igual forma, para la realización del presente reporte Social 2011, participaron distintas áreas que conforman Laboratorios Liomont, con el objetivo de presentar información relevante, que muestre los impactos significativos en materia económica, social y medioambiental.

Paralelamente a las acciones emprendidas por Laboratorios Liomont, la Fundación Liomont, AC trabaja en el fortalecimiento de acciones específicas, lo que permite maximizar las contribuciones corporativas y fomentar la participación comunitaria interna, para beneficio de nuestro país y su gente.

(*) Principios básicos para determinar la información a reportar conforme a la metodología del GRI.

VIII. El Pacto Mundial



DERECHOS HUMANOS

Principio 1

Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia.

Principio 2

Las Empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices de la vulneración de los derechos humanos.

CUMPLIMIENTO:

Laboratorios Liomont trabaja permanentemente en promover y difundir el respeto entre colaboradores, clientes o proveedores, tomando como sustento los principios emanados de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, así como el propio Código de Ética nuestra empresa tiene vigente y difunde con sus grupos de interés.

Es una obligación de quienes integramos a nuestra empresa, personal directivo, administrativo y operativos, denunciar cualquier acción que vaya en contra de estos Principios, así como apoyar las acciones de comunicación y aplicación en sus respectivos núcleos sociales.

Comunicación de Progreso a los 10 Principios de El Pacto Mundial





CONDICIONES LABORALES

Principio 3

Las empresas deben apoyar la libertad de Asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

Principio 4

Las Empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

Principio 5

Las Empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

Principio 6

Las Empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.

CUMPLIMIENTO:

En Laboratorios Liomont compartimos con nuestros grupos de interés, entiéndase colaboradores, proveedores, clientes y comunidad en general nuestro Código de Ética, en donde se describe el compromiso de la empresa por brindar un ambiente de trabajo diverso e incluyente, libre de cualquier forma de discriminación física o mental por razones de raza, color, religión, sexo, orientación sexual, edad, origen nacional, estado civil o discapacidad.

A través de la difusión permanente de este documento, Laboratorios Liomont rechaza y sanciona, conforme a la legislación vigente, el uso de castigos corporales, coerción mental, física y abusos físicos o verbales por parte de cualquier persona relacionada con alguna actividad de la empresa.

Nuestra Política de Inclusión Social es un mecanismo de autorregulación que promueve el respeto de la diversidad humana y en la inclusión social, que oriente, vigile e incentive, el empleo de cualquier persona dentro de la compañía sin distinción de género, raza, discapacidad, religión, color de piel y orientación sexual, siempre que se cumpla con las aptitudes necesarias para el puesto y sea mayor de edad.

Laboratorios Liomont lleva a cabo acciones de divulgación de los temas que integran a la Responsabilidad Social Corporativa, como la propia Declaración Universal de los Derechos Humanos, los beneficios de ejercer acciones basadas en el Desarrollo Sustentable y apoyar las acciones de desarrollo comunitario de las distintas zonas geográficas en donde estamos operando.



MEDIO AMBIENTE

Principio 7

Las Empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

Principio 8

Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

Principio 9

Las Empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

CUMPLIMIENTO:

Uno de los mayores compromisos de Laboratorios Liomont es con la preservación y cuidado del medio ambiente. Para ello tenemos diversos programas al interior y exterior de la empresa, fomentando y procurando los beneficios que nos puede generar el ahorro de energía, el reciclado de papel, la disminución del consumo de agua potable, el tratamiento de aguas residuales, así como la separación de basura y la disposición adecuada de materiales peligrosos y no peligrosos.



COMBATE A LA CORRUPCIÓN

Principio 10

Las Empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

CUMPLIMIENTO:

Laboratorios Liomont tiene como primicia el combate a la corrupción, la extorsión y el soborno, el cual se tiene estipulado en nuestro Código de Ética.

Tenemos diseñada e implementada la Política de Conflicto de Intereses, que establece un esquema de autorregulación integral a través del cual se norma, supervisa y sanciona la conducta de cada uno de los miembros de la empresa.

Todas estas acciones nos comprometen a promover cada uno de los 10 Principios de El Pacto Mundial, con el objetivo de formar una mejor sociedad y un mejor entorno en donde convivir, buscando la sustentabilidad de las futuras generaciones.

IX. Tabla del GRI



1. ESTRATEGIA Y ANÁLISIS	Pág. (s)	Sección
I.1 Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización.	5	Mensaje de la Dirección General.
I.2 Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	5, 7, 11	Mensaje de la Dirección General, Historia y Perfil y Presencia en el mercado.
2. HISTORIA Y PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN		
2.1 Nombre de la organización.	5, 61	Mensaje de la Dirección General.
2.2 Principales marcas, productos y/o servicios.	14	Portafolio de productos.
2.3 Estructura operativa de la organización.		
2.4 Localización de la sede principal de la organización.	61	Contacto.
2.5 Número de países en los que opera la organización.	11, 12	Presencia en el mercado, Liomont en el mundo, Alianzas estratégicas.
2.6 Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	7	Perfil.
2.7 Mercados servidos.	11, 12	Presencia en el mercado, Liomont en el mundo, Alianzas estratégicas.
2.8 Dimensiones de la organización informante, incluido:		
• Número de empleados.	19	Nuestra gente.
• Ventas netas.	N / D	Resultados financieros 2011.
• Cantidad de productos o servicios prestados.	14	Portafolio de productos.
2.9 Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en:		
• La localización de las actividades o cambios producidos en las mismas, aperturas, cierres y ampliación de instalaciones; y	5, 11, 39	Mensaje de la Dirección General, Distribución geográfica, Alcance del Reporte Social 2011.
• Cambios en la estructura del capital social y de otros tipos de capital, mantenimiento del mismo y operaciones de modificación del capital.	N / A	Si no hubo cambios, referirlo en el Mensaje de la Dirección General y en Alcance del Reporte Social 2011.
2.10 Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.	37	Reconocimientos.
3. PARÁMETROS DE LA MEMORIA		
HISTORIA Y PERFIL DE LA MEMORIA		
3.1 Periodo cubierto por la información contenida en la memoria.	5, 39	Mensaje de la Dirección General, Alcance del Reporte Social 2011.
3.2 Fecha de la memoria anterior más reciente (si la hubiere).	5, 39	Mensaje de la Dirección General, Alcance del Reporte Social 2011.
3.3 Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	5, 39	Mensaje de la Dirección General, Alcance del Reporte Social 2011.
3.4 Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.	5, 61	Mensaje de la Dirección General, Contacto.

N / D: No Disponible N / M: No Medible N / A: No Aplica



ALCANCE Y COBERTURA DE LA MEMORIA		
3.5 Proceso de definición del contenido de la memoria, incluido:		
• Determinación de la materialidad,	39	Alcance del Reporte Social 2011.
• Prioridad de los aspectos incluidos en la memoria, e	39	Alcance del Reporte Social 2011.
• Identificación de los grupos de interés que la organización prevé que utilicen la memoria.	8, 39	Grupos de interés, Alcance del Reporte Social 2011.
3.6 Cobertura de la memoria.	5, 39	Mensaje de la Dirección General, Alcance del Reporte Social 2011.
3.7 Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria.	39	Alcance del Reporte Social 2011.
3.8 La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos.	N / A	Liomont en el mundo, Alianzas con empresas internacionales.
3.9 Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos.	11, 12	Alcance del Reporte Social 2011.
3.10 Descripción del efecto que pueda tener la reexpresión de información perteneciente a memorias anteriores.	39	Alcance del Reporte Social 2011. El nivel de información no refleja cambios relevantes que puedan influir en la comparabilidad de los informes 2009 y 2010. Los reportes de los años anteriores están disponibles en (www.liomont.com).
3.11 Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.	39	Alcance del Reporte Social 2011. El nivel de información no refleja cambios relevantes que puedan influir en la comparabilidad de los informes 2009 y 2010. Los reportes de los años anteriores están disponibles en (www.liomont.com).
ÍNDICE DEL CONTENIDO DEL GRI		
3.12 Tabla que indica la localización de las Contenidos básicos en la memoria.	45	Indicadores GRI.
VERIFICACIÓN		
3.13 Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria.	57	Informe de verificación.
4. GOBIERNO, COMPROMISOS Y PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS		
GOBIERNO		
4.1 La estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización.	N / D	Consejo de Administración.
4.2 Ha de indicarse si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo.	N / D	Consejo de Administración.
4.3 En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva unitaria, se indicará el número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.	N / D	Consejo de Administración.

4.4 Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	N / D	Consejo de Administración, Política de Comunicación.
4.5 Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la organización (incluido su desempeño social y ambiental).	N / D	N/D
4.6 Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	21, 41	Conducta ética.
4.7 Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno para poder guiar la estrategia de la organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos.	20	Capacitación.
4.8 Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación.	5, 7, 37	Mensaje de la Dirección General, Misión, Visión y Valores, Reconocimientos.
4.9 Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios.	5, 7, 41	Mensaje de la Dirección General, Misión, Visión y Valores, Pacto Mundial.
4.10 Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	5, 39, 57	
COMPROMISOS CON INICIATIVAS EXTERNAS		
4.11 Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	7, 8	Misión, Visión y Valores, Privacidad y confidencialidad.
4.12 Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	5, 37, 25	Mensaje de la Dirección General, Reconocimientos, Desempeño social, Programas sociales.
4.13 Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.	15, 37	Participación para el desarrollo, Reconocimientos.
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS		
4.14 Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	8, 25, 29	Grupos de interés, Desempeño social, Programas sociales, Apoyos diversos
4.15 Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	8, 25, 29	Grupos de interés, Desempeño social, Programas sociales, Apoyos diversos
4.16 Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés.	8, 19, 25, 29	Grupos de interés, Modelo de Equidad de Género-MEG2003, Desempeño social, Programas sociales, Apoyos diversos.



	4.17 Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria.	8, 19, 25, 29	Grupos de interés, Modelo de Equidad de Género - MEG2003, Desempeño social, Programas sociales, Apoyos diversos, Alcance del Reporte Social 2011.
5. ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES DE DESEMPEÑO			
DIMENSIÓN ECONÓMICA			
INDICADORES DEL DESEMPEÑO ECONÓMICO			
ASPECTO: DESEMPEÑO ECONÓMICO			
Principal	EC1: Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	5, 19, 20, 22, 23	Mensaje de la Dirección General.
Principal	EC2 Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	33 - 35	Desempeño ambiental.
Principal	EC3: Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	8, 19, 25, 29	Grupos de interés, Modelo de Equidad de Género- MEG2003, Desempeño social, Programas sociales, Apoyos diversos.
Principal	EC4: Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	N / A	
ASPECTO: PRESENCIA EN EL MERCADO			
Adicional	EC5: Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	N / D	Nuestra gente.
Principal	EC6: Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	13	Proveedores.
Principal	EC7: Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	N / D	Esta información no es pública y se encuentra disponible para consulta al interior de la compañía.
ASPECTO: IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS			
Principal	EC8: Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.	5, 33, 25, 31	Mensaje de la Dirección General, Desempeño ambiental, Agua, Desempeño Social, Voluntariado corporativo.
Adicional	EC9: Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	5, 33, 25, 31	Mensaje de la Dirección General, Desempeño ambiental, Agua, Desempeño Social, Voluntariado corporativo.



DIMENSIÓN AMBIENTAL			
INDICADORES DEL DESEMPEÑO AMBIENTAL			
ASPECTO: MATERIALES			
Principal	EN1: Materiales utilizados, por peso o volumen.	33	Desempeño ambiental, Compromiso.
Principal	EN2: Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	33	Desempeño ambiental, Compromiso.
ASPECTO: ENERGÍA			
Principal	EN3: Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	33, 34	Desempeño ambiental, Compromiso, Energía eléctrica.
Principal	EN4: Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	33, 34	Desempeño ambiental, Compromiso, Energía eléctrica.
Adicional	EN5: Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	33, 34	Desempeño ambiental, Compromiso, Energía eléctrica.
Adicional	EN6: Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas.	33, 34	Desempeño ambiental, Compromiso, Energía eléctrica.
Adicional	EN7: Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	33, 34	Desempeño ambiental, Compromiso, Energía eléctrica.
ASPECTO: AGUA			
Principal	EN8: Captación total de agua por fuentes.	33	Desempeño ambiental, Compromiso, Agua.
Adicional	EN9: Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	33	Desempeño ambiental, Compromiso, Agua.
Adicional	EN10: Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	33	Desempeño ambiental, Compromiso, Agua.
ASPECTO: BIODIVERSIDAD			
Principal	EN 11: Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados, de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas.		Las instalaciones de Laboratorios Liomont se encuentran ubicadas en zonas urbanas y no están cercanas a espacios naturales protegidos, por lo que no se generan impactos directos sobre la biodiversidad. Por esta razón, no se considera para el presente Informe de Responsabilidad Social Empresarial.
Principal	EN12: Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas.		
Adicional	EN13: Hábitats protegidos o restaurados.		
Adicional	EN14: Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.		
Adicional	EN15: Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie.		



Aspecto: Emisiones, Vertidos y Residuos			
Principal	EN16: Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	N / D	
Principal	EN17: Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	N / D	
Principal	EN18: Iniciativas para reducir las emisiones de gases dr efecto invernadero y las reducciones logradas.	N / D	
Principal	EN19: Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.	N / M	Laboratorios Liomont en sus operaciones no emite Clorofluoro carbonos (CFC's) que impacten en la capa de ozono.
Principal	EN20: NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	N / M	
Principal	EN21: Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	N / M	
Principal	EN22: Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	33, 34, 35	Desempeño ambiental, Compromiso, Recolección residuos.
Principal	EN23: Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	N / M	No existen registros en 2011 de algún incidente por derrames peligrosos, ni la activación del plan de emergencia ambiental en este sentido.
Adicional	EN24: Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	N / M	
Adicional	EN25: Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante.	N / M	Las instalaciones de Laboratorios Liomont se encuentran ubicadas en zonas urbanas y no están cercanas a espacios naturales protegidos, por lo que no se generan impactos directos sobre la biodiversidad. Por esta razón, no se considera para el presente Informe de Responsabilidad Social Empresarial.
Aspecto: Productos y Servicios			
Principal	EN26: Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto		Desempeño ambiental.
Principal	EN27: Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	N / D	Desempeño ambiental, Compromiso, Recolección residuos.
Aspecto: Cumplimiento Normativo			
Principal	EN28: Costo de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.		No se reportaron multas.
Aspecto: Transporte			
Adicional	EN29: Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.	N / D	

Aspecto: General			
Adicional	EN30: Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales. Indicadores del desempeño de Prácticas laborales y ética del trabajo.	33, 20, 21	Compromiso, Agua, Capacitación, Conducta ética.
Dimensión Social			
Indicadores del Desempeño Social			
Aspecto: Empleo			
Principal	LA1: Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	25, 19	Desempeño social, Nuestra gente.
Principal	LA2: Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	25, 19	Desempeño social, Nuestra gente.
Adicional	LA3: Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal.	25, 19, 20	Desempeño social, Nuestra gente. Capacitación.
Aspecto: Relaciones Empresa / Trabajadores			
Principal	LA4: Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	25, 19	Desempeño social, Nuestra gente.
Principal	LA5: Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	25, 19	Desempeño social, Nuestra gente.
Aspecto: Salud y Seguridad en el Trabajo			
Adicional	LA6: Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de seguridad y salud conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud en el trabajo.	25, 19, 20	Desempeño social, Nuestra gente, Capacitación.
Principal	LA7: Tasas de ausentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	N / D	
Principal	LA8: Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves	25, 19, 20, 22	Desempeño social, Nuestra gente. Capacitación, Salud ocupacional.
Adicional	LA9: Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	N / A	Desempeño social. No existe sindicato en la empresa.
Aspecto: Formación y Educación			
Principal	LA10: Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	25, 20	Desempeño social, Capacitación.
Adicional	LA11: Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.	25, 20	Desempeño social, Capacitación.



Adicional	LA12: Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	25, 20	Desempeño social, Capacitación.
ASPECTO: DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES			
Principal	LA13: Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	25, 19	Desempeño social, Nuestra gente.
Principal	LA14: Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	25	Desempeño social.
DERECHOS HUMANOS			
INDICADORES DEL DESEMPEÑO DE DERECHOS HUMANOS			
ASPECTO: PRÁCTICAS DE INVERSIÓN Y ABASTECIMIENTO			
Principal	HR1: Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	5, 7, 21, 37	Mensaje de la Dirección General, Historia y Perfil, Misión y Valores, Conducta ética, Reconocimientos.
Principal	HR2: Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.	25, 11, 15	Desempeño social, Presencia en el mercado, Participación para el desarrollo.
Adicional	HR3: Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados.	7, 21, 25, 19, 20	Misión y Valores, Conducta ética, Desempeño social, Nuestra gente, Capacitación.
ASPECTO: NO DISCRIMINACIÓN			
Principal	HR4: Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	5, 7, 21, 37	Mensaje de la Dirección General, Misión y Valores, Conducta ética, Reconocimientos.
ASPECTO: LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y CONVENIOS COLECTIVOS			
Principal	HR5: Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	N / A	Desempeño social. No existe sindicato en la empresa.
ASPECTO: EXPLOTACIÓN INFANTIL			
Principal	HR6: Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	5, 7, 21, 37	Mensaje de la Dirección General, Misión y Valores, Conducta ética, Reconocimientos.
ASPECTO: TRABAJOS FORZADOS			
Principal	HR7: Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	5, 7, 21, 37	Mensaje de la Dirección General, Misión y Valores, Conducta ética, Reconocimientos.



ASPECTO: PRÁCTICAS DE SEGURIDAD			
Adicional	HR8: Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.	5, 7, 21, 37	Mensaje de la Dirección General, Misión y Valores, Conducta ética, Reconocimientos.
ASPECTO: DERECHOS DE LOS INDÍGENAS			
Adicional	HR9: Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	N / A	
SOCIEDAD			
Principal	SO1: Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa.	25 - 31	Desempeño social, Programas sociales, Apoyos diversos.
ASPECTO: CORRUPCIÓN			
Principal	SO2: Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	5, 7, 21, 37	Mensaje de la Dirección General, Misión y Valores, Conducta ética, Reconocimientos.
Principal	SO3: Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.	5, 7, 21, 37	Mensaje de la Dirección General, Misión y Valores, Conducta ética, Reconocimientos.
Principal	SO4: Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	5, 7, 21, 37	Mensaje de la Dirección General, Misión y Valores, Conducta ética, Reconocimientos.
ASPECTO: POLÍTICA PÚBLICA			
Principal	SO5: Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying".	N / A	
Adicional	SO6: Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	N / A	
ASPECTO: COMPORTAMIENTO DE COMPETENCIA DESLEAL			
Adicional	SO7: Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados	N / A	No hay registro de algún incidente sobre este tema.
ASPECTO: CUMPLIMIENTO NORMATIVO			
Principal	SO8: Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	N / A	No hay registro de algún incidente sobre este tema.



RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS			
ASPECTO: SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE			
Principal	PR1: Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.	25 - 31, 14, 18	Desempeño social, Privacidad y confidencialidad, Portafolio de productos, Satisfacción al clientes.
Adicional	PR2: Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.		No se reportaron incidentes.
ASPECTO: ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS			
Principal	PR3: Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	25 - 31, 14, 18	Desempeño social, Privacidad y confidencialidad, Portafolio de productos.
Adicional	PR4: Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	7, 21, 8, 14, 18	Misión y Valores, Conducta ética, Privacidad y confidencialidad, Portafolio de productos, Satisfacción al clientes.
Adicional	PR5: Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	7, 21, 8, 14	Misión y Valores, Conducta ética, Reconocimientos, Privacidad y confidencialidad, Portafolio de productos, Satisfacción al clientes.
ASPECTO: COMUNICACIONES DE MARKETING			
Principal	PR6: Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.	7, 21, 37, 8, 14, 18	Misión y Valores, Conducta ética, Reconocimientos, Privacidad y confidencialidad, Portafolio de productos, Satisfacción al clientes.
Adicional	PR7: Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	7, 21, 37, 8, 14, 18	Misión y Valores, Conducta ética, Reconocimientos, Privacidad y confidencialidad, Portafolio de productos, Satisfacción al clientes.
ASPECTO: PRIVACIDAD DEL CLIENTE			
Adicional	PR8: Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	7, 21, 37, 8, 14, 18	Misión y Valores, Conducta ética, Reconocimientos, Privacidad y confidencialidad, Portafolio de productos, Satisfacción al clientes.
ASPECTO: CUMPLIMIENTO NORMATIVO			
Principal	PR9: Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.		No se encontraron multas significativas.



Global
Reporting
Initiative™

X. Carta de Verificación



INFORME DE VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE

Al H. Consejo de Administración de Laboratorios Liomont, S.A. de C.V.
Presente

De nueva cuenta, agradecemos la oportunidad que tenemos como Firma Social, S.C. (AuditaRSE) para realizar en Laboratorios Liomont, S.A. de C.V., la verificación independiente de su **Reporte Social 2011**.

ALCANCE

El alcance de la verificación incluye el texto y datos contenidos únicamente en el documento referenciado, donde las opiniones contenidas en el documento verificado y su elaboración son responsabilidad de Laboratorios Liomont, S.A. de C.V.

INDEPENDENCIA

Nuestro trabajo consiste en emitir una opinión responsable sobre la fiabilidad de la información contenida, mediante la obtención de evidencias adecuadas y suficientes para tal objetivo.

METODOLOGÍA DE VERIFICACIÓN

La verificación validó el nivel de apego de los contenidos a la Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad versión 3, del *Global Reporting Initiative* (G3).

La verificación se llevó a cabo de acuerdo con la norma establecida por la *International Auditing and Assurance Standard Board*, a través de la *International Standard on Assurance Engagements 3000 (ISAE3000)*, correspondiente a verificaciones limitadas.

La verificación fue realizada en las oficinas y planta de Laboratorios Liomont, S.A. de C.V., ubicadas en Adolfo López Mateos No. 68, Cuajimalpa, C.P. 05000, México D.F., llevándose a cabo las siguientes inspecciones:

- Testimoniales, a través de entrevistas con el personal operativo, gerencial y directivo.
- Físicas, mediante observación *in situ* de los esfuerzos descritos en el reporte.

Torre Mayor - Paseo de la Reforma 505 4to Piso Suite 2,
Col Cuauhtémoc, C.P. 06500, México D.F. | 5281-8016 | 5281-8560





- Documentales, examinamos sobre bases muestrales, los datos e información contenidos en el informe a través de:
 - Revisión de los sistemas, procesos y procedimientos de recopilación, de consolidación y de reporte de datos;
 - Verificación de la consolidación de los datos e información que se presenta de manera agregada; y
 - Verificación de la existencia de evidencias externas o internas que respaldan la información presentada.

ASPECTOS RELEVANTES

Durante el proceso de verificación que realizamos al Reporte Social 2011 de Laboratorios Liomont, S.A. de C.V., pudimos apreciar y constatar que se han realizado esfuerzos sostenidos para continuar con su programa de Responsabilidad Social, encontrándose dentro de los aspectos positivos de mejora con relación al año 2010 los siguientes:

- Reducción de un 7% en el consumo de agua potable.
- Incremento de un 7% en el tratamiento de agua post consumo.
- Mantenerse prácticamente dentro de los mismos niveles de consumo de energía eléctrica, no obstante el crecimiento de sus operaciones
- Aumento de un 5% en los apoyos escolares que se otorgan a los hijos del personal
- Incremento del 16% en los exámenes médicos preventivos realizados al personal

RECOMENDACIONES

Nuestros procesos de validación y con el apoyo recibido de su parte en la obtención de evidencia e información de la empresa, nos permitieron identificar algunas áreas de mejora en su programa de Responsabilidad Social, las cuales detallamos a continuación:

Sobre el involucramiento de los grupos de interés:

- Promover la participación de todo el personal de la organización (operativo gerencial y directivo) de las áreas responsables para mejorar la incorporación de todas las acciones de responsabilidad social realizadas en la información presentada en el Reporte.

Torre Mayor - Paseo de la Reforma 505 4to Piso Suite 2,
Col Cuauhtémoc, C.P. 06500, México D.F. | 5281-8016 | 5281-8560



Sobre el alcance

- Implementar un proceso de seguimiento de los procesos de Responsabilidad Social en la empresa, donde se revise la aplicabilidad de los indicadores GRI, ejerciendo acciones tendientes a ampliar la cobertura y cumplimiento de los indicadores y por los no aplicables se documenten formalmente, permitiendo con ello acceder a un mayor nivel de aplicación y calificación.

Sobre el proceso de reporte

- Implementar un sistema de gestión que permita dar seguimiento y ejercer mejoras continuas a las políticas, planes, procesos de recolección e integración de información respecto a las acciones de responsabilidad social realizadas, incrementando la calidad y alcance de la información reportada.

CONCLUSIONES

En nuestra calidad de Independientes declaramos que, el **Reporte Social 2011 de Laboratorios Liomont, S.A. de C.V.**, corresponde a un nivel **C+**, de acuerdo al nivel de aplicación referido en la Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad 3, del *Global Reporting Initiative* (G3).

A sus órdenes para mayores comentarios.

México, D.F. a 17 de Septiembre de 2012.

Atentamente

Ing. José Alberto Álvarez Salazar
Socio Encargado de Auditoría de
Responsabilidad Social

Torre Mayor - Paseo de la Reforma 505 4to Piso Suite 2,
Col Cuauhtémoc, C.P. 06500, México D.F. | 5281-8016 | 5281-8560



XI. Contacto

Este informe se imprimió con un tiraje limitado de 100 ejemplares, con el objetivo de reducir el uso de papel y mitigar el impacto ambiental que las impresiones múltiples puedan generar.

Para cualquier comentario o duda relacionada con el contenido de este Reporte Social, puede contactar a:

Lic. Eduardo Fájer Herrera
Director de Recursos Humanos
efajer@liomont.com.mx

Lic. Luis J. Paniagua Lara
Gerente de Nuevos Negocios
lpaniagu@liomont.com.mx

Laboratorios Liomont, S.A. de C.V.
Adolfo López Mateos No. 68
Col. Cuajimalpa
México, D.F., C.P. 05000
Tel. (55) 5814-1200

Para la elaboración y diseño de este informe se contó con la consultoría de Promotora ACCSE, S.A. de C.V.  y su contenido fue verificado por un tercero independiente: AuditaRSE, (Firma Social, S.C.).

Diseño Editorial: Anel Rotter L. / Promotora ACCSE, S.A de C.V.





LIOMONT

