

# El crecimiento es parte de nuestro ADN



Genomma Lab®  
Internacional

# *Índice*

<b>CONTENIDO</b>	<b>PÁGINA</b>
<b>Carta del Presidente</b>	5
<b>El valor está en nuestro ADN</b>	8
Misión	8
Visión	8
Valores	8
<b>Principales logros del año</b>	10
<b>Perfil de la Compañía</b>	12
Quiénes somos	12
Presencia Internacional	12
Principales marcas	14
Genomma Lab en números	15
Premios, reconocimientos y certificaciones	16
Asociaciones a las que pertenecemos	16
<b>Sustentabilidad</b>	18
Estrategia de Sustentabilidad	18
Modelo de Sustentabilidad	19
Grupos de Interés	20
Diálogo con nuestros Grupos de Interés	20
<b>Colaboradores</b>	23
<b>Clientes y Consumidores</b>	29
<b>Proveedores y fabricantes</b>	33
<b>Comunidad</b>	36
<b>El Medio Ambiente</b>	39
<b>Accionistas</b>	45
<b>Gobierno Corporativo</b>	47
Ética en el Negocio	48
<b>Sobre este informe</b>	50
Índice GRI	51
Índice Pacto Mundial	60
Glosario	61
Mensaje Final	62
Datos de contacto	63

# ***Carta del Presidente***



## Carta del Presidente



**En Genomma Lab, nuestros grupos de interés son el motor que nos impulsa a generar valor con una perspectiva de corresponsabilidad e interés mutuo. Nuestro propósito es mantener el balance entre el desarrollo económico, el bienestar social y el cuidado del medio ambiente.**

Por segundo año consecutivo, presentamos nuestro informe de sustentabilidad: un ejercicio de transparencia y rendición de cuentas; un espacio de reflexión con respecto a las metas, las acciones y los retos en la materia de desarrollo sostenible, y una forma de refrendar nuestro compromiso con el Pacto Mundial. La esencia de nuestra actividad es el bienestar de las personas, por eso nuestra primera responsabilidad es proveer productos de la mejor calidad a precios competitivos, con el fin de satisfacer las necesidades de nuestros clientes y consumidores.

Nuestro amplio portafolio de productos y nuestras bien planeadas estrategias de promoción y mercadotecnia nos permitieron crecer como una empresa rentable para los inversionistas; además, estamos muy satisfechos porque tenemos sólidas prácticas de Gobierno Corporativo que nos permitieron garantizar la transparencia y la sustentabilidad del negocio.

Durante 2012, promovimos el desarrollo de nuestra cadena de valor a través de prácticas de comercio justo y con un plan de comunicación constante y profesional. Estas acciones nos permiten impulsar la fabricación de productos y obtener insumos con criterios sustentables y alienados a principios de nuestro Código de Ética.

Con el programa Cadena de Valor Responsable, promovemos la generación de insumos para la producción de nuestro fitomedicamento QG5. Se trata de comunidades indígenas que suministran más de tres toneladas de hoja de guayaba donde se obtiene la quercetina, ingrediente activo del medicamento. Con esta producción de materia orgánica, se generan ingresos que impactan a más de 1,500 familias y benefician al medio ambiente gracias a la producción por medio de ecotecnias que garantiza una operación limpia, económica y ecológica al no usar pesticidas.

Invertimos en el desarrollo integral de nuestro personal con capacitación constante, apertura y promoción de ideas, de manera que propiciamos un excelente ambiente de trabajo.

En el ámbito de nuestra vinculación con la comunidad, donamos más de 2 millones de pesos a ocho Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC) enfocadas a temas de salud, cultura y rehabilitación, principalmente. Dotamos a 17 organizaciones con más de 2.5 millones de piezas entre medicamentos y productos para el cuidado personal.

**En nuestro camino a la sustentabilidad investigamos tendencias, estimamos riesgos y buscamos siempre innovar para mejorar la salud y el bienestar de las personas.**

A través de Fundación Genomma Lab patrocinamos la producción de un video para el Voluntariado Nacional de Salud, de la Secretaría de Salud, con el fin de difundir las actividades de su grupo de voluntariado e incentivar la participación de la población en esta labor.

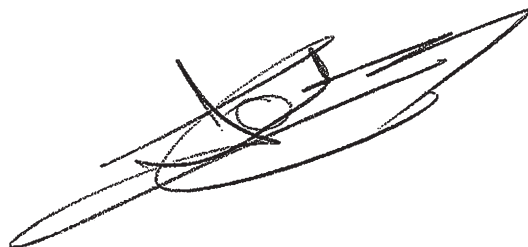
En 2012, Genomma Lab recibió el Premio Estatal al Altruismo 2012 que otorga la Junta de Asistencia Privada del Estado de México por su labor altruista y también recibió por parte de la Junta de Asistencia Privada del Distrito Federal el reconocimiento Dar es Dar, por su destacada labor en favor de los más desprotegidos.

También comunicamos nuestra política ambiental, cuyo objetivo es contribuir de manera positiva contra el cambio climático, al disminuir el impacto ambiental que representan nuestras operaciones, a través de una gestión adecuada de las actividades internas. Encaminamos nuestros esfuerzos hacia la superación de los estándares establecidos por las leyes en esta materia.

Por segundo año renovamos el convenio de colaboración con Fundación San Ignacio de Loyola (FSIL) para la gestión integral de residuos. Periódicamente, la fundación recolectó todos los residuos producidos por nuestra Compañía y los vendió a recicladores autorizados. Los recursos económicos captados por la FSIL fueron canalizados en su totalidad para apoyar su operación y colaborar en el tema de desnutrición de los niños de la Sierra Tarahumara en la Clínica Santa Teresita. Estas donaciones medioambientales representaron más de \$ 290,000 pesos en beneficio de esta institución.

A partir del mes de marzo de 2013, nuestras acciones forman parte del Índice de Sustentabilidad de la Bolsa Mexicana de Valores, esto nos compromete aún más para trabajar en pro del desarrollo sustentable.

En ese sentido nuestra estrategia de sustentabilidad forma parte de la plataforma general de la Compañía; se fundamenta en nuestros principios, valores y visión de negocio; además, cuenta con un modelo de gestión liderado por órganos de gobierno. Este es el camino que hemos elegido para permanecer en el tiempo y generar valor para todos nuestros grupos de interés.



Lic. Rodrigo Herrera Aspra  
Presidente del Consejo de Administración y Director  
General Genomma Lab Internacional S.A.B. C.V.

***El Valor está en  
Nuestro ADN***

## El Valor está en Nuestro ADN

### MISIÓN

Mejorar y preservar la salud y bienestar de las personas mediante productos innovadores, seguros y eficaces, otorgando oportunidades de desarrollo a nuestros colaboradores y rentabilidad a nuestros accionistas e impactando positivamente a la comunidad y al medio ambiente.

### VISIÓN

Ser la empresa líder en nuestras categorías de medicamentos y productos para el cuidado personal, y ser reconocidos por impactar positivamente en la salud y bienestar de las personas, comunidad y medio ambiente.

### VALORES

#### Integridad

Conducirse con rectitud en todas las áreas de nuestro negocio; actuar de forma ética; ser responsables y profesionales en nuestro trabajo; ser directos/as y honestos/as en la forma de comunicarnos.

#### Innovación y Creatividad

Generar nuevas ideas, desafiar lo establecido, asumir riesgos, respaldar los cambios, estimular la innovación y solucionar los problemas de forma creativa.

#### Sustentabilidad

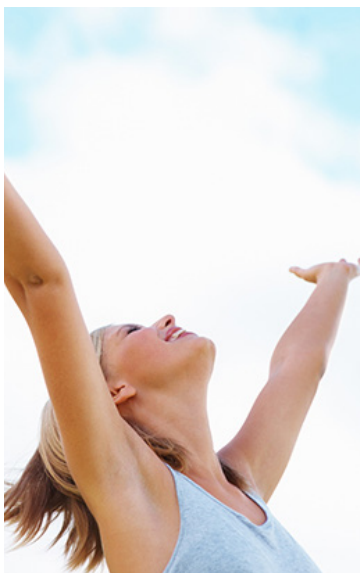
Actuar con una visión a largo plazo, a través de una gestión ética y transparente que incorpore criterios sociales y medioambientales y tome en consideración las expectativas de las partes interesadas.

#### Trabajo en Equipo

Colaborar con nuestros/as compañeros/as de manera coordinada y armónica. Ayudar al líder del equipo a cumplir con los objetivos, aprovechar las fortalezas y cooperar al buen éxito del trabajo.

#### Eficiencia y Eficacia

Responder con oportunidad al logro de los objetivos y tareas encomendadas, utilizando los mejores medios posibles para el adecuado desempeño de nuestra labor.





# *Principales Logros del Año*

## Principales Logros del Año

### Colaboradores:

- Más de 1,200 empleos directos generados.
- Se impartieron 190 cursos de capacitación para el desarrollo de nuevas capacidades laborales, alcanzando el 100% de participación de todos los colaboradores en México.

### Clientes:

- 43,000 puntos de ventas en México y 104,000 en operaciones internacionales.
- 98% grado de satisfacción en el servicio de atención al cliente.

### Proveedores y fabricantes:

- 95% son proveedores y fabricantes nacionales.
- Más de 300 en proyectos de mejora continua.

### Comunidad:

- Más de 2 millones de pesos donados a 8 Organizaciones de la Sociedad Civil enfocadas a temas de salud, cultura y rehabilitación.
- Dotamos a 17 organizaciones con más de 2.5 millones de piezas entre medicamentos y productos para el cuidado personal.

### Medio Ambiente:

- Reciclamos 130 toneladas de residuos provenientes de nuestras Oficinas Corporativas y del Centro de Distribución.
- La huella de carbono generada por Genomma Lab es 4,783 toneladas equivalentes de CO<sub>2</sub>, cantidad similar al consumo eléctrico de 8,791 viviendas de interés social en el Estado de México.

### Accionistas:

- Nuestras ventas netas aumentaron un 21.6% con respecto al 2011.
- Iniciamos operaciones en República Dominicana y continuamos con paso firme nuestro crecimiento al adquirir 5 marcas de productos entre las que destaca Fermodyl y XL-3, esta última marca líder en la categoría de antigripales.



## *Perfil de la Compañía*

## Perfil de la Compañía

### Quiénes somos

**Generamos salud y bienestar mediante el desarrollo, comercialización y promoción de medicamentos de libre venta (OTC), productos para el cuidado personal y una línea de medicamentos genéricos en México y en 15 mercados internacionales más.**

Somos la empresa con mayor crecimiento en la industria de productos farmacéuticos OTC\*, medicamentos genéricos y productos para el cuidado personal en México. Nuestra visión es seguir traspasando fronteras, continuar nuestra expansión y crecimiento en nuevos mercados para ser motor de progreso en los países donde operamos.

**Nos hemos posicionado como la farmacéutica mexicana líder en medicamentos de libre venta (OTC) y uno de los principales jugadores en los mercados de medicamentos genéricos y productos para el cuidado personal**



### Presencia internacional

**Genomma Lab está presente en 16 países de América. En 2012 iniciamos operaciones en República Dominicana.**

Nuestra visión es seguir traspasando fronteras, continuar nuestra expansión y crecimiento en nuevos mercados para ser motor de progreso en los países donde operamos.

\*Over The Counter (OTC) medicamentos de libre venta, es decir que pueden adquirirse sin receta médica.



\* País donde se encuentra la sede del corporativo Genomma Lab Internacional, un laboratorio de investigación y desarrollo, así como el centro de distribución donde se concentran todos los medicamentos y productos de salud que comercializamos.

## Principales marcas

Algunas de las marcas más vendidas de Genomma Lab se encuentran posicionadas en los primeros lugares, en términos de participación de mercado, dentro de la categoría de producto o segmento de industria en la que compiten.

Ofrecemos más de 700 productos con altos índices de crecimiento en diferentes categorías: antiacné, crema para mejorar la textura de piel con cicatrices, champús, jabones, desodorantes, productos para evitar la caída del cabello, ungüento para dolores musculares, tratamientos antimicóticos, para el alivio de la colitis, para contrarrestar el nivel de estrés, antiarrugas, antiácidos, antiúlceras, antigripales, para la protección y mejora sexual, remoción de verrugas, tratamientos contra las hemorroides,

contra várices, para combatir la osteoartritis, medicamentos oftálmicos, lociones, productos para el colesterol y medicamentos genéricos, entre otros.

Las cinco marcas de mayor venta que, en conjunto, constituyen 33.3% del total de las ventas netas de la compañía son:



Tenemos plena confianza en el futuro y vamos a seguir creciendo.



Marca	Categoría de producto	Porcentaje de participación en la categoría (1)	Posición en la categoría (2)	Porcentaje en las ventas totales (3)
Asepxia	Antiacné (4)	65%	1	12.2%
Cicatricure	Desvanecimiento de cicatrices	75%	1	10%
Goicoechea	Tratamiento para várices	49%	1	4.6%
Tío Nacho	Cuidado del cabello	N/A	N/A	3.5%
Vanart	Cuidado del cabello	N/A	N/A	3.4%

N/A en esta tabla, significa que la información respecto al mercado no esta disponible en IMS Health.

(1) Porcentaje de participación en la categoría en México, en términos de ventas en 2012. Fuente IMS Health.

(2) Posición de la marca dentro de la categoría de producto a la que pertenece en México al 31 de diciembre de 2012. Fuente IMS Health.

(3) Porcentaje que resulta de dividir las ventas por marca dividido por las ventas totales en 2012.

(4) La categoría anti-acné conforme a la cual se calculó la participación de mercado de Asepxia, corresponde a la suma de todos los mercados correspondientes a todos los tratamientos orales y tópicos, según reportado por IMS Health. La determinación de la participación en el mercado de Asepxia resulta de la suma de las ventas en cada categoría, según reportado por IMS Health.

Si desea profundizar en las marcas visitar el siguiente enlace externo: <http://www.genommalab.com/es/productos.aspx>

### Genomma Lab en números

- Ventas netas (millones de pesos) **\$9,799.7**
- EBITDA (millones de pesos) **\$2,607.6**
- México representa **77%** de las ventas totales y las ventas internacionales son **23%**.
- Tenemos **91** marcas activas con alto liderazgo y participación en su categoría.
- En nuestra cartera hay **700** productos con altos índices de crecimiento en diferentes categorías.
- 43 mil puntos de venta en México y **104 mil** en las operaciones internacionales.
- Contamos **1,268** colaboradores.

En México, durante 2012, adquirimos un paquete de marcas de cuidado personal que incluyó: **Fermodyl, Altiva, Zan Zusi, Amara, Larisá, Bioskin** y **XL-3**.

A través de nuestra subsidiaria Genomma Lab Argentina, adquirimos por primera vez marcas fuera de México: **Piecidex y Babysan**; asimismo, firmamos un contrato para adquirir la marca de medicamentos **Tafirol**. Con nuestra subsidiaria Genomma Lab do Brasil suscribimos un contrato de licencia por ocho años con **Laboratorios Andrómaco** para el uso de la marca **Dermaglós en Brasil**.



## Premios, reconocimientos y certificaciones



- Premio Dar es Dar 2012, otorgado por la Junta de Asistencia Privada del Distrito Federal.
- Premio Estatal al Altruismo 2012, otorgado por la Junta de Asistencia Privada del Estado de México.

## Asociaciones a las que pertenecemos



- Cámara Nacional de la Industria Farmacéutica.
- Colegio Nacional de Químicos Farmacéuticos Biólogos México.



- Cámara de Comercio de Lima.



- Asociación de Empresas Productoras y Comercializadoras de Cosméticos del Ecuador.
- Cámara de Comercio de Guayaquil.



- Cámara de Comercio de Bogotá.
- Foro de Presidentes.

# *Sustentabilidad*

## Sustentabilidad

### Estrategia de sustentabilidad

Nuestra visión y nuestras acciones en el ámbito de la sustentabilidad parten de nuestros valores y objetivos corporativos, así como de la responsabilidad ante todos nuestros grupos de interés.

Continuamos trabajando en acciones de sustentabilidad, cuyo propósito es multiplicar el impacto positivo, económico, social y ambiental de Genomma Lab a través de estrategias transversales que, además de involucrar a todas las áreas de la Compañía, consideran las expectativas de nuestros grupos de interés.

En 2012 seguimos integrando aspectos de sustentabilidad en nuestras políticas y procedimientos; esto requirió reestructuraciones internas, replanteamiento de las acciones que emprendíamos y la alineación de nuestro desempeño a una serie de indicadores de diversas metodologías de sustentabilidad, como es el caso del Pacto Mundial, el Global Reporting Initiative, indicadores propuestos por el Índice de Precios

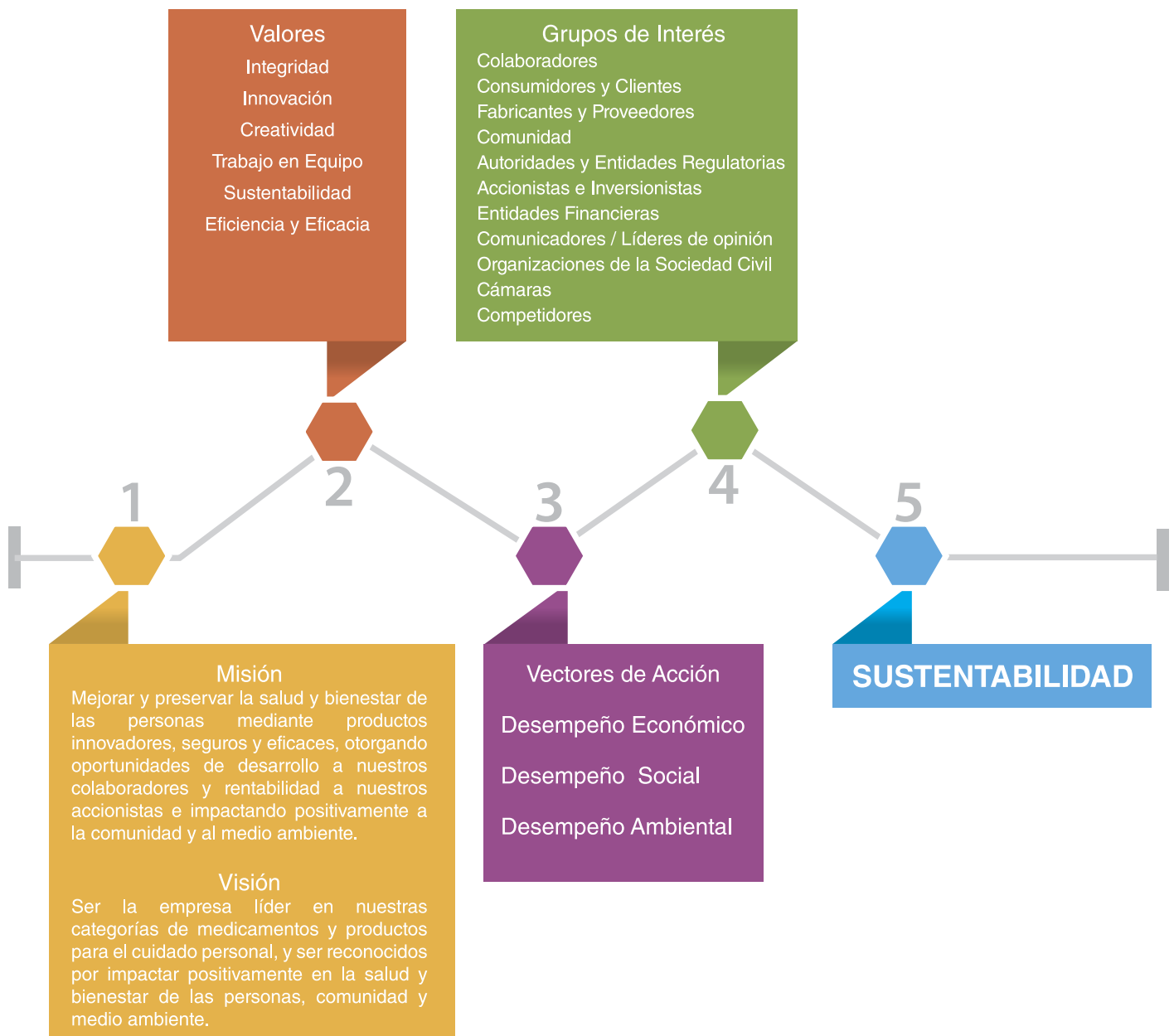
y Cotizaciones Sustentable, los del CEMEFI, además de esquemas como el Modelo de Equidad de Género, Empresa Incluyente y Empresa Familiarmente Responsable.

Es importante mencionar que empezamos un proceso de trabajo para avanzar aún más en el ámbito de la sustentabilidad con iniciativas que nos permitan redefinir los pilares estratégicos y establecer metas y compromisos a corto y mediano plazos. Sabemos que todo ello redundará en un mayor impacto y eficiencia en nuestra inversión sustentable.

**Nuestro propósito es mantener el balance entre el desarrollo económico, el bienestar social y el cuidado del medio ambiente.**



## Modelo de Sustentabilidad



El camino que hemos elegido para permanecer en el tiempo y generar valor para todos nuestros grupos interés, se basa en nuestros principios, valores y visión del negocio.



## Grupos de Interés

<b>Colaboradores</b>	Nuestros resultados y logros son posibles gracias al compromiso de nuestros colaboradores y al trabajo creativo e innovador que aportan a la empresa. Por ello, generamos diversas acciones enfocadas a su desarrollo personal y profesional que garanticen un ambiente laboral sano, seguro y diverso.
<b>Consumidores</b>	En Genomma Lab siempre actuamos para satisfacer las necesidades de salud y belleza de nuestros consumidores, mediante la comercialización de productos que aportan bienestar, belleza y felicidad.
<b>Proveedores y Fabricantes</b>	Nuestros fabricantes y proveedores son aliados fundamentales para el desarrollo de nuestro negocio; con ellos mantenemos relaciones de confianza a través de diferentes iniciativas y, sobre todo, con la promoción de las mejores prácticas orientadas al cumplimiento de estrictos controles de calidad y desempeño sustentable.
<b>Comunidad</b>	A través de la Fundación Genomma Lab emprendemos diversas acciones que contribuyen a que la comunidad pueda cuidar su salud y mejorar su vida.
<b>Medio Ambiente</b>	Apoyados en nuestra política ambiental, realizamos acciones y esfuerzos que favorecen la preservación y el cuidado del planeta.
<b>Accionistas</b>	Nos empeñamos por garantizar la capacidad de seguir creciendo de forma rentable en el futuro, creando valor para los accionistas, generando empleo y riqueza en el entorno.

## Diálogo con nuestros Grupos de Interés

La razón de nuestra empresa se centra en la satisfacción de las demandas y expectativas de nuestros grupos de interés, aspectos en los cuales enfocamos nuestro trabajo desde una perspectiva de eficiencia y cumplimiento, con base en los principios éticos y estándares sustentables en donde la corresponsabilidad, el diálogo constante y el mutuo beneficio son los denominadores comunes.

A continuación presentamos una tabla que muestra los medios de comunicación que utilizamos para mantener el diálogo, así como la frecuencia y sus expectativas.





Grupo de interés	Forma de comunicación	Frecuencia de contacto	Expectativas
Consumidor	Estudios de mercado Encuestas de satisfacción Buzones de comentarios	Continua / anual	Surtido Precios Calidad de productos Calidad del servicio Cuidado del medio ambiente
Colaboradores	Comunicación constante Estudios de clima laboral Estudios de compensación	Continuo / anual	Capacitación Programas y beneficios para colaboradores y sus familias Sistemas de reconocimiento Cuidado del medio ambiente
Proveedores y fabricantes	Comunicación constante	Continuo	Desarrollo de la cadena de valor Comercio justo Relaciones de largo plazo
Autoridades y entidades regulatorias	Contacto permanente	Continuo	Cumplimiento de leyes y regulaciones Participación activa en temas clave de la industria Cuidado del medio ambiente
Entidades financieras	Contacto permanente	Continuo / semanal	Transparencia Información oportuna y veraz Cumplimiento de leyes y reglamentos
Inversionistas	Contacto permanente	Trimestral / anual	Creación de valor Transparencia Comunicación constante Información oportuna y veraz
Medios de comunicación	Contacto permanente	Continuo	Comunicación constante Información oportuna y veraz
Comunicadores / líderes de opinión	Contacto permanente	Continuo	Comunicación constante Información oportuna y veraz
Sociedad	Estudios de percepción comunitaria	Anual	Apoyo comunitario Información de actividades Acceso a medicamentos
Accionistas	Reuniones Conferencias Internet	Continuo / mensual / anual	Generación de valor económico y social Cuidado del medio ambiente Transparencia Trato justo Información oportuna y veraz Comunicación constante
Organizaciones de la Sociedad Civil	Reuniones	Semestral	Apoyo Sinergias Cuidado del medio ambiente
Cámaras	Reuniones	Mensual	Apoyo Compartir buenas prácticas y experiencias Impulsar la agenda del sector

## *Colaboradores*

## Colaboradores

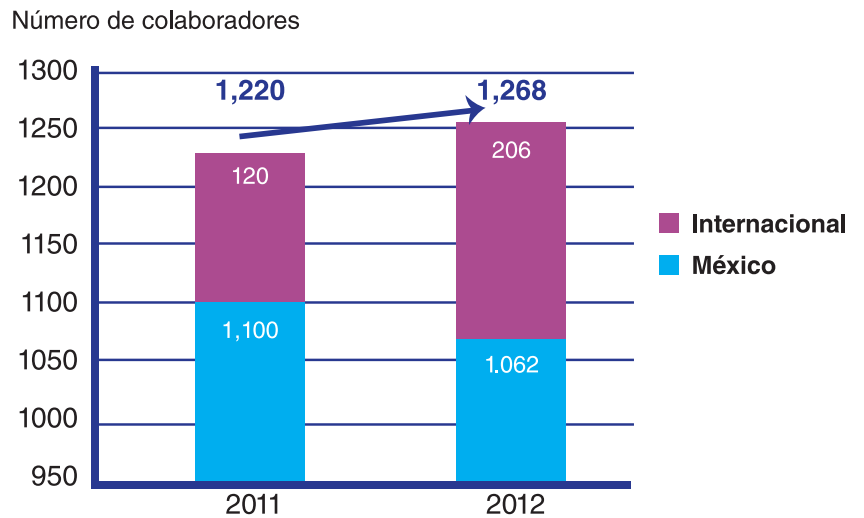
### Bienestar laboral

**Apoyamos acciones y proyectos que promueven el desarrollo profesional y humano.**

Nuestro equipo de colaboradores está constituido por gente joven, preparada y comprometida en innovar con trabajo y dedicación a favor de los objetivos que persigue la compañía.

Las personas que colaboran en Genomma Lab son pilares fundamentales que aportan valor al negocio, por ello su motivación y sentido de pertenencia son objetivos primordiales. Buscamos su satisfacción con la promoción de relaciones de confianza y con acciones que contribuyan a su calidad de vida, crecimiento profesional y con la creación de un excelente ambiente laboral.

Número de colaboradores:



## Salud y Seguridad

**Contamos con diversas iniciativas orientadas a los colaboradores para garantizar su salud, seguridad y óptimo desarrollo en sus actividades.**

En nuestros centros de trabajo mantenemos estrictos estándares que permiten resguardar la salud y la seguridad de nuestros colaboradores y quedan validados al no tener ningún número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo. Nuestro Centro de Distribución (CEDIS) cumple con los estándares de seguridad, salud e higiene que marca la Ley de Protección Civil del Estado de México. Y ante cualquier contingencia que se pudiera presentar existe un responsable de salud y seguridad que trabaja en coordinación con un equipo médico durante toda la jornada laboral.

En este 2012 destaca la implementación de mobiliario ergonómico, variables de ubicación, iluminación natural y mayor ventilación, que han permitido optimizar el entorno y bienestar de nuestros colaboradores. Y recientemente se integraron brigadas, con la finalidad de otorgar entrenamientos de salud y seguridad apegados a la normatividad de protección civil.

**Promovemos hábitos y prácticas de trabajo saludables.**

**Contamos con normas y procedimientos de salud y seguridad.**

## Desarrollo y Capacitación

**Convencidos que nuestros colaboradores son la parte fundamental para mantener el éxito de la compañía, nos comprometemos por buscar su desarrollo y vigilar su desempeño en un ambiente laboral que promueva su bienestar integral.**

Genomma Lab ofrece a sus colaboradores los medios y los programas de formación para que se mantengan en constante aprendizaje y crezcan profesional y personalmente; por esa razón, seguimos apuntalando el plan de desarrollo individual enfocado en potencializar valores, competencias y habilidades.

Comenzamos “Círculos de Desarrollo”, programa que brinda talleres gratuitos y opera mediante una red de información para difundir a todos los colaboradores, nuevos conocimientos compartidos por compañeros de la Compañía y conocer las actividades que se realizan en cada área.

Las exigencias de incursionar en mercados internacionales nos llevaron a ofrecer estudios de lengua inglesa en horario matutino y vespertino, extendiendo el beneficio a las familias de colaboradores del Corporativo y Centro de Distribución.

Nuestro objetivo primordial es proveer de múltiples herramientas que coadyuven con los colaboradores a descubrir y ejercer nuevas habilidades que les permitan de manera adecuada ascender en sus expectativas y logros laborales. En 2012 estos compromisos se tradujeron en 190 cursos con temáticas diversas logrando capacitar al 100% de los colaboradores en México.

## ***Plan de beneficios***

La motivación y sentido de pertenencia de los colaboradores son objetivos primordiales que nos han llevado a ofrecer además de prestaciones que cumplen con toda la normatividad señalada por la ley, múltiples beneficios sociales establecidos en nuestra Política de Atracción de Talento y en diversas Políticas internas que promueven la satisfacción laboral y la baja de rotación voluntaria.

Nuestra visión creativa e innovadora nos permite ofrecer actividades y beneficios para promover un mayor bienestar a nuestros colaboradores y sus familias. Entre los que destacan:

- Servicio de comedor.
- Plan Acciónate.
- Balance de Vida / Asistencia.
- Transporte de empleados.
- Seguros de gastos médicos mayores y seguros de vida.
- Vacaciones.
- Fondo de ahorro.
- Beneficios comerciales.
- Canasta de productos de la compañía.
- Eventos de integración.
- Permiso de paternidad.

## ***Conciliación de la vida laboral y familiar.***

**Buscamos ofrecer a nuestros colaboradores espacios y actividades que permitan una mayor integración y convivencia familiar;** seguimos fomentando en nuestras operaciones los principios de la política “Balance de Vida / Asistencia”, que define diversidad de horarios de entrada y de salida, beneficios para el manejo del tiempo en oficina y fuera de ella y mención de permisos ante compromisos familiares y personales en temas de salud, maternidad/paternidad, festividades, defunción, entre otros

## ***Equidad e igualdad de oportunidades***

Contamos con diversas políticas y acciones que permiten asegurar la igualdad de oportunidades en la contratación, promoción, traslados, indemnizaciones, programas sociales, acciones disciplinarias, despidos y todas las demás prácticas laborales, y es aplicable a todos los empleados, independientemente de su género, edad, nacionalidad, religión, orientación sexual, color, ideología, afiliación política o discapacidad mental o física.

Resultado de estas acciones, en 2012 obtuvimos la re-certificación del Modelo de Equidad de Género (MEG: 2003), que otorga el Instituto Nacional de las Mujeres (INMUJERES) como reconocimiento a las organizaciones que promueven la igualdad de oportunidades entre sus colaboradores y lo debemos al modelo de gestión implementado y a los siguientes logros:

- Programa de sensibilización y capacitación sobre equidad y diversidad.
- Sistema de evaluación de desempeño.
- Reclutamiento y selección de personal basado en conocimientos, habilidades y competencias.
- Fomentar la formación y desarrollo profesional.
- Corregir problemas de segregación ocupacional.
- Incrementar el número de mujeres en mandos superiores e igualdad salarial.

### Participación por género.



### Empresa Incluyente

Durante el año seguimos implementado diversas acciones relacionadas a la inclusión laboral de personas con discapacidad. Seguimos incorporando a nuestras filas de trabajo a personal en situación de vulnerabilidad, brindándoles capacitación, adquiriendo nuevas habilidades y siendo un sustento para sus familias.

Mantenemos nuestras oficinas habilitadas con rampas, elevadores y sanitarios para facilitar el ingreso y estancia de cualquier persona con discapacidad.

Como resultado de estas y otras acciones hemos sido reconocidos por cuarta ocasión por la Secretaría del Trabajo y Previsión Social con el Distintivo Empresa Incluyente "Gilberto Rincón Gallardo". Y obtuvimos el Distintivo Empresa Familiarmente Responsable por contar con diversas actividades que promueven la conciliación trabajo-familia, igualdad de oportunidades; combate a la violencia laboral y hostigamiento sexual.





## **Derechos humanos**

En Genomma Lab tenemos el compromiso de procurar, respetar y apoyar los derechos humanos de manera interna y externa en todas las áreas de influencia de la Compañía. Este tema se ha convertido en una responsabilidad adquirida en todos los niveles de la empresa, desde la Alta Dirección hasta los colaboradores de la organización, incluyendo a nuestros proveedores.

En este aspecto, la Vicepresidencia de Expansión Comercial y Capital Humano trabaja conjuntamente con las otras Vicepresidencias en cumplir los lineamientos que marca el código de conducta:

- Abstenernos de discriminar sobre religión, sexo, nivel socioeconómico, orientación sexual, nacionalidad, etnia, edad, estado civil o discapacidad.
- Abstenernos de participar en cualquier forma de acoso u hostigamiento ya sea psicológico, económico, de poder o sexual.
- Entender y reconocer los derechos humanos de las personas, así como evitar y denunciar cualquier acto que vaya en contra de la dignidad humana.
- Respetar la cultura, usos y costumbres, lenguas indígenas y cualquier manifestación normal de diversidad cultural, en países y regiones donde operamos.
- Rechazar el uso de castigos corporales, coerción mental, física y abusos verbales por parte de colaboradores y directivos.

Para asegurar el cumplimiento de estos principios y sancionar cualquier práctica contraria a lo establecido, contamos con medios de denuncia accesibles y anónimos para conocer cualquier comentario, queja o sugerencia.

## **ADN Laboral**

Nuestro ADN laboral lo sintetizamos en los siguientes aspectos:

- Se promueven y se viven los valores.
- Se valora a la gente.
- Se valoran sus ideas.
- Se descubren talentos y se potencializan.
- Se respetan las diferencias.
- Se respetan y promueven los derechos humanos.
- Se responde a las necesidades de conciliación vida laboral / vida familiar.
- Se ofrecen oportunidades de desarrollo.

Además de añadir constantemente beneficios y prestaciones tenemos la firme convicción de reconocer el trabajo eficiente, así como los logros personales de los colaboradores.

# *Cientes y Consumidores*

## ***Clientes y Consumidores***

### ***Satisfacción y comunicación***

**Evaluamos continuamente los comentarios y reclamaciones recibidas, e implementamos acciones que satisfagan las expectativas de los consumidores y clientes.**

Satisfacer las necesidades de nuestros consumidores y clientes es esencial para lograr el éxito a largo plazo de nuestro negocio. Mantener su confianza y fidelidad depende de proporcionarles productos de belleza, medicamentos genéricos y de libre venta que satisfagan sus necesidades y el cumplimiento de las promesas que declaramos en nuestros mensajes publicitarios.

La base de nuestra relación con los consumidores y clientes, está muy alineada a seguir haciendo lo que sabemos hacer, bajo la perspectiva del desarrollo sustentable que propone Naciones Unidas en los 10 principios del Pacto Mundial y nuestros ejes de acción del modelo de sustentabilidad. En ese sentido, además de ofrecer productos de calidad a precios competitivos, apostamos por que nuestros consumidores satisfagan sus necesidades básicas de salud, obtengan productos seguros y de calidad que favorezcan su bienestar; y tengan la información necesaria para tomar una decisión informada.

### ***Comunicación con el consumidor***

Nuestra comunicación con el consumidor está orientada a incrementar el valor de nuestras marcas y la venta de nuestros productos, por medio de campañas publicitarias, innovadoras desarrolladas internamente por nuestro equipo creativo de producción. De esta manera, informamos a los consumidores de manera clara las condiciones médicas que son tratadas con los productos que promovemos, resaltando sus características y eficacia.

### ***Etiquetado de productos***

Conscientes de nuestra responsabilidad, incluimos en todos nuestros productos la información requerida por las normas de etiquetado de las leyes de los distintos países donde operamos. Nuestras etiquetas tienen toda la información que se necesita para elegir medicamentos correctamente y usarlos de forma segura.

**Siempre ponemos a disposición del consumidor información del uso, manejo y consumo de nuestros productos.**

**FÓRMULA:**

Cada tableta contiene:	
Extracto estandarizado de raíz de <i>Ruscus aculeatus</i> (Rusco)	20.0 mg
(equivalente a 2 mg de ruscogenina)	
<i>Lactobacillus sporogenes</i>	8.3 mg
(equivalentes a 50 millones de UFC)	
Ácido ascórbico (Vitamina C)	40.0 mg
Excipiente cbp	1 tableta masticable

**VÍA DE ADMINISTRACIÓN:** Oral. Mastíquese, no se trague. Léase instructivo anexo.

**INDICACIÓN TERAPÉUTICA:** Nikzon® está indicado como auxiliar en el tratamiento de las hemorroides. Posee un efecto fleboconstrictor y antiinflamatorio venoso que alivia las várices hemorroidales. Se indica también en el tratamiento de la insuficiencia venosa crónica. Favorece al restablecimiento de la flora bacteriana normal, es coadyuvante en la disminución de la motilidad intestinal, funciona como antiflatulento.

**DOSIS Y MODO DE EMPLEO:** La dosis recomendada es de 2 tabletas antes de cada alimento con un máximo de 6 tabletas al día acompañadas por una abundante cantidad de agua.

**REACCIONES SECUNDARIAS:** En casos raros se pueden presentar molestias gástricas leves como diarrea, náusea, vómito, gastritis, úlcera gástrica o intestinal o esofagitis.

**CONTRAINDICACIONES:** No debe administrarse a personas con hipersensibilidad a los componentes de la fórmula, obstrucción intestinal. Así mismo su uso está contraindicado en personas con insuficiencia o litiasis renal. No se administre a menores de 18 años.

**ADVERTENCIAS Y/O PRECAUCIONES:** En caso de padecer úlcera gástrica o intestinal, se recomienda consultar a su médico antes de consumir este producto. Por otro lado, si llegara a presentar evacuaciones negras y fétidas, debe acudir al médico de inmediato.

**USO EN EMBARAZO Y LACTANCIA:** Debido a que no se cuenta con evidencia clínica suficiente para justificar su seguridad durante el embarazo, se recomienda que su uso sea bajo vigilancia y responsabilidad del médico. Consérvese a no más de 30°C y en lugar seco. No se deje al alcance de los niños. Si persisten las molestias consulte a su médico. El producto contiene Azul No. 1 que puede producir reacciones alérgicas.

Reg. No. 021P2003 SSA VI  
© Marca Registrada  
Hecho en México por:  
Olinatura, S. A. de C.V.  
Calle 40 Sur esq. 9 Este  
CIVAC C.P. 62500  
Jilotepec, Morelos

Para:  
Genomma Laboratories México, S.A. de C.V.  
Playa Langosta No. 194  
Col. Militar Mario Del. Iztacalco  
C.P. 06830, México D.F.  
Para mayor información del producto comuníquese al teléfono:  
Lada sin costo: 01(800) 717-1305

EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE

A continuación las referencias que manejamos en nuestro etiquetado:

Contiene el “**ingrediente activo**” es el nombre científico del medicamento y muestra la cantidad del mismo.

Señala los “**usos**”, indicando los síntomas o problemas que el medicamento cura.

Muestra las “**advertencias & contraindicaciones**” indica quien no debe usarlo; dice lo que debe y no debe de hacerse e indica posibles efectos secundarios.

Aclara “**como usar este medicamento**”, para qué público, edad, cuánto puede ingerir, en qué tiempo, etc.

Informa “**datos de contacto**”, número de atención a clientes para atender dudas y recibir comentarios.

## Centro de Innovación y Desarrollo Tecnológico (CIDET)

Otro elemento importante para desarrollar relaciones sólidas con el consumidor, es el Centro de Innovación y Desarrollo Tecnológico (CIDET), un laboratorio de investigación aplicada que reúne a un grupo de los más connotados científicos y especialistas en el campo de los productos naturales, con capacidad para desarrollar estudios y métodos que garanticen seguridad, eficacia y altos niveles de calidad en todos nuestros medicamentos.

## Cumplimiento normativo

Nuestras políticas de mercadeo y comunicación nos exigen cumplir los más altos estándares regulatorios.

La división de asuntos regulatorios de la Compañía se encarga de verificar y cumplir las regulaciones aplicables en relación al desarrollo, venta y promoción de una gran variedad de los productos farmacéuticos (OTC), medicamentos genéricos y productos para el cuidado personal que comercializamos.

**Nos apegamos al total cumplimiento de las normas y leyes establecidas por los gobiernos y autoridades sanitarias, en todos los países donde operamos.**

Genomma Lab da fiel cumplimiento a las diferentes leyes, regulaciones y normas, como la Ley General de Salud, el Reglamento de Insumos para la Salud, el Reglamento de Control Sanitario de Productos y Servicios, el Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad, la Farmacopea de los Estados Unidos Mexicanos, la Farmacopea Herbolaria de los Estados Unidos Mexicanos, Ley Federal de Protección al Consumidor y diferentes normas oficiales mexicanas.

Adicional a las normas, sujetamos nuestras operaciones, mensajes publicitarios y verificación de instalaciones a las diferentes disposiciones legales de las Secretarías o Ministerios de Salud de los países donde operamos y órganos desconcentrados, como en México la COFEPRIS y la PROFECO.

La COFEPRIS es la autoridad encargada de regular la seguridad, producción, etiquetado y distribución de los productos farmacéuticos (OTC), medicamentos genéricos y productos para el cuidado personal, y tiene facultades para regular la publicidad de dichos productos, incluyendo materiales impresos, televisados, espectaculares, etcétera. Y la PROFECO es la dependencia que asesora y ayuda a generar igualdad en las relaciones entre consumidores y proveedores para solucionar sus diferencias.

En 2012 con COFEPRIS no tuvimos incumplimientos relevantes y sólo observaciones que fueron resultados de inmediato. Y en el caso de reclamaciones que algunos consumidores realizan ante PROFECO, todas fueron atendidas y establecimos acuerdos con las partes interesadas para que queden totalmente satisfechos.

### ***Atención a consumidores & clientes***

Con la finalidad de estar en mejora continua y atender a clientes y consumidores, ponemos a su disposición diversos canales de comunicación tales como líneas telefónicas 01 800 71 71 305, impresos de todos nuestros medicamentos y productos, comunicación por medio de redes sociales como Facebook y Twitter, y a través de nuestro sitio: [www.genommalab.com](http://www.genommalab.com) y vía correo electrónico: [atencion.clientes@genommalab.com](mailto:atencion.clientes@genommalab.com).

En 2012 atendimos el 100% de todas las quejas, preguntas y comentarios que recibimos.



# *Proveedores y Fabricantes*



## Proveedores y Fabricantes

### Calidad y seguridad

Los proveedores y fabricantes son muy importantes para el éxito de nuestro negocio. Por ello, debemos asegurarnos de que cumplan perfectamente con todos los requisitos de calidad, seguridad, salud, medio ambiente y apego a cumplimientos regulatorios existentes en los diferentes países donde comercializamos productos farmacéuticos (OTC), medicamentos genéricos y productos para el cuidado personal.

**La calidad y seguridad están presentes en la selección de materias primas, durante todo el proceso de producción y la fase post consumo.**

Nuestra política de selección, valuación y alta de proveedores contiene los lineamientos e introduce al área responsable de asegurar insumos de calidad, selección y comprobación de criterios de maquinaria, instalaciones, certificaciones de calidad y condiciones hacia su personal en temas de salud, seguridad y derechos humanos, entre otros.

A continuación los criterios en que se basan las relaciones con nuestros fabricantes y proveedores:

- Calidad en todo lo que se hace
- Optimización de costos
- Unir esfuerzos en retos comunes
- Innovación continua
- Identificar oportunidades conjuntas de negocio
- Apego a cumplimientos legales y regulatorios
- Respeto a los derechos humanos
- Cuidado ambiental en las operaciones
- Compartir mejores prácticas de responsabilidad social y temas éticos
- Relaciones de largo plazo y buen servicio

Porcentaje de nuestros proveedores y fabricantes:



**95%**  
Nacional



**5%**  
Internacional

## **Cumplimiento regulatorio**

**Todos nuestros proveedores y fabricantes se apegan al cumplimiento de leyes y aspectos regulatorios de México y de los otros países donde operamos.**

Contamos con los lineamientos y procedimientos necesarios para seleccionar y evaluar el desempeño de los fabricantes y proveedores en materia de calidad, salud, seguridad y medio ambiente. Todos ellos deben aprobar diversas y rigurosas auditorías apegadas a guías internacionales de buenas prácticas de fabricación, cumplimiento legal, instalaciones eficientes, personal capacitado para el cumplimiento de la normatividad de la Secretaría de Salud y otros aspectos regulatorios que competen a exigencias de los países donde ofertamos nuestros productos.

Nuestra red de proveedores y fabricantes cumple con las normas nacionales e internacionales de buenas

prácticas de fabricación para establecimientos de la industria químico-farmacéutica dedicados a la fabricación de medicamentos. Ellos también realizan rigurosas pruebas para asegurar su alta calidad, y garantizar que son seguros y eficaces.

En los casos de productos que antes de salir al mercado requieren por ley pruebas con animales, nos cercioramos de que éstas se realicen en laboratorios certificados que cumplen la normatividad y cuentan con programas de protección de esas especies.

## **Auditorías**

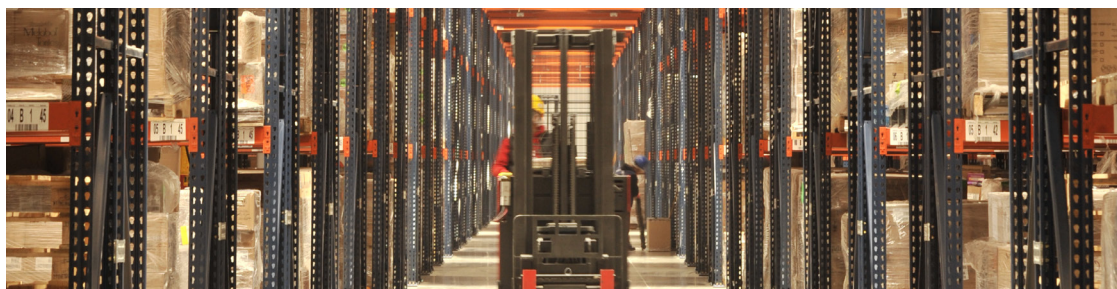
**Absolutamente todos nuestros productos son evaluados con una metodología científica que garantiza su calidad.**

Realizamos revisiones de cumplimiento de buenas prácticas que incluyen calidad del producto. Asimismo, elaboramos protocolos de seguimiento que nos permiten guiar a nuestros proveedores y fabricantes para que alcancen mayores estándares de calidad y una mejora continua.

## **Generación de valor compartido**

Hemos establecido una relación de largo plazo con dos comunidades marginadas, quienes se han convertido en proveedores exclusivos de hoja de guayaba para obtener quercetina, ingrediente activo de QG5, un antiespasmódico (relajante muscular) que regula la función intestinal cuando ésta se altera por la acción de diversos factores que actúan sobre el intestino (estrés, alimentos, etc.) y provocan movimientos intestinales excesivos, cólicos e inflamación del abdomen. Esta iniciativa ha trascendido en el tiempo y ha traído beneficios tanto para los pacientes, como para la sociedad y para nuestra empresa.

## **¿Hacia dónde vamos?**



Genomma Lab considera que sus proveedores y los fabricantes de sus productos son socios en la creación de valor de las marcas. Compartimos con ellos la responsabilidad en todo lo que hacemos. La Vicepresidencia de Expansión Comercial y de Capital Humano está evaluando cómo puede

seguir aportando valor a la cadena que formamos con ellos y extender criterios que incorporen a su negocio temas éticos y sociales, así como para favorecer la reducción de energía, agua, emisiones y canalización de residuos en beneficio de todos.

*Comunidad*

## Comunidad

### ADN Social

Nuestra visión y nuestras acciones en el ámbito de la sustentabilidad parten de nuestros valores y objetivos corporativos y hasta la fecha se orientan en tres líneas básicas de actuación:

- **Comunidad:** contribuir al desarrollo sustentable de las comunidades a través de la canalización de recursos económicos que apoyan proyectos productivos y los que promueven la autosuficiencia alimentaria.
- **OSC's:** apoyar el acceso gratuito de medicamentos y productos del cuidado personal a la población de comunidades de escasos recursos que son atendidas por organizaciones civiles.
- **Academia:** apoyamos la realización de jornadas médicas en comunidades del Estado de México, hechas por alumnos de los últimos semestres de la carrera de medicina.

**Participamos activamente en programas sociales de desarrollo y participación comunitaria, así como con Asociaciones que apoyen a personas de localidades marginadas.**



### Apoyo a OSC's

En 2012 continuamos con diversos proyectos que emprendimos previamente con resultados muy positivos. Realizamos nuestros tradicionales donativos en especie: en el año entregamos más de 2 millones de medicamentos y productos de cuidado personal en colaboración con 17 organizaciones de la sociedad civil.

**Mediante diversas organizaciones civiles, buscamos que gente de escasos recursos acceda a medicamentos para remediar enfermedades o padecimientos básicos.**

De igual forma realizamos donativos económicos por más de 2 millones de pesos a varias organizaciones, a saber: Asociación Cultural del Rosedal, Fundación Teletón México, Instituto Mexicano de Enfermedades Respiratorias, Consejo de la Comunicación, Aquí Nadie Se Rinde, Copa del Rey, Asociación A Favor de lo Mejor y Patrimonio de la Beneficencia Pública. La Lotería Nacional para la Asistencia Pública (Lotería) distinguió a Genomma Lab con la impresión de su logotipo en 2.4 millones de billetes de lotería para el sorteo mayor número 3,412 como reconocimiento al esfuerzo que realiza para apoyar a la sociedad en los lugares donde es difícil conseguir recursos y enviar ayuda.



### **Programas comunitarios**

A través de la Fundación Genomma Lab patrocinamos la producción de un video para el Voluntariado Nacional de Salud, de la Secretaría de Salud, con el fin de difundir las actividades de su grupo de voluntariado e incentivar la participación de la población en esta labor. Con motivo de las fiestas navideñas lanzamos la campaña interna, “Alegra un corazón,” con la que, gracias al compromiso de nuestro personal, logramos recolectar más de 500 juguetes nuevos para entregarlos a niños de escasos recursos en el Hospital General de México, Juguetón de Tv Azteca y del DIF de Hidalgo.

Se realizó una campaña de vacunación contra la influenza para sus empleados y familiares dentro de las instalaciones de Genomma Lab.

Con la iniciativa “Cadena de Valor Responsable,” en 2012, seguimos apoyando a dos comunidades altamente marginadas que se han convertido en nuestros proveedores exclusivos de hoja de guayaba para obtener quercetina, ingrediente activo de QG5, un antiespasmódico (relajante muscular). Esta iniciativa ha trascendido en el tiempo y produjo beneficios a las comunidades indígenas al generar empleo que repercute positivamente en su desarrollo y crecimiento económico y social.



# ***Medio Ambiente***



## Medio Ambiente

### ADN Ambiental

**Si bien las características de nuestro negocio y nuestra operación nos sitúan como una empresa de bajo impacto ambiental, consideramos que la preservación y el cuidado del medio ambiente son fundamentales para nuestras actividades.**

Con el lanzamiento de nuestra política ambiental y la conformación del equipo responsable de estos temas, las consideraciones medioambientales son parte estratégica de nuestra operación. Queremos reducir desde nuestro campo de acción el cambio climático a través de la disminución del impacto ambiental que las operaciones de Genomma Lab provocan.

**Nuestras áreas de enfoque abarcan cuatro grandes temas:**

- Energía y reducción de emisiones
- Residuos
- Agua (huella hídrica)
- Prácticas ambientales incorporadas a nuestra cadena de valor

**Nuestros compromisos:**

- Continuar con la medición de nuestra huella de carbono
- Establecer un plan que nos permita controlar y reducir los consumos de agua y energía
- Potencializar nuestro programa de gestión de residuos
- Incorporar criterios ambientales al diseño, la investigación y el desarrollo de productos
- Establecer criterios medioambientales medibles y alcanzables para los procesos de producción que tienen nuestros fabricantes y proveedores.

### Huella de carbono

**Los resultados del estudio de huella de carbono, nos permitirán evaluar y emprender actividades para reducir nuestro impacto ambiental en nuestras Oficinas Corporativas y Centro de Distribución.**

Con el apoyo del Centro de Análisis de Ciclo de Vida y Diseño Sustentable, obtuvimos los resultados de nuestro reporte de huella de carbono cuya finalidad es medir la emisión de gases de efecto invernadero que se generan por el desarrollo de nuestras actividades en las Oficinas Corporativas y en el Centro de Distribución. De esta manera pudimos cuantificar los impactos ambientales y tomar acciones correctivas para reducirlas.

El estudio se evaluó mediante la herramienta de análisis de ciclo de vida (ACV); una metodología que permite cuantificar los impactos ambientales de productos, procesos y servicios de una forma integral; es el único instrumento estandarizado por la Organización Internacional para la Estandarización (ISO), en la serie de normas ISO 14040.

**Nuestra operación genera 4,783 toneladas equivalentes de CO<sub>2</sub>, cantidad similar al consumo eléctrico de 8,791 viviendas de interés social del Estado de México.**

Estos fueron los conceptos analizados:

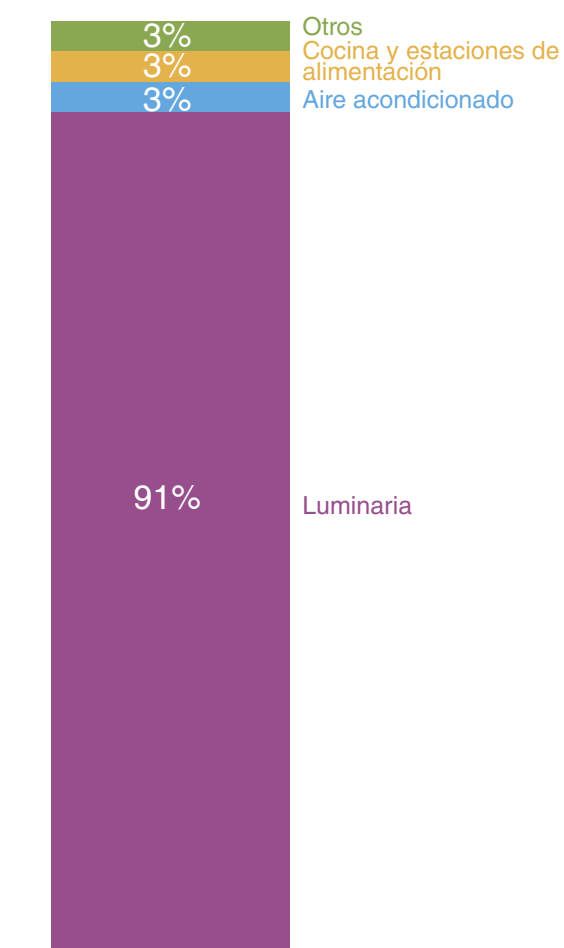
- Transporte
  - o Desde / hacia la oficina
  - o Viajes en avión
- Consumo eléctrico
  - o Computadoras
  - o Tecnologías de la información
  - o Impresoras / multifuncionales
  - o Luminarias
  - o Pantallas
  - o Teléfono
  - o Aire acondicionado
  - o Aparatos de cocina / de oficina
- Combustibles
- Papel
- Agua
- Consumibles
- Residuos

Mediciones de nuestro impacto ambiental según los factores analizados:

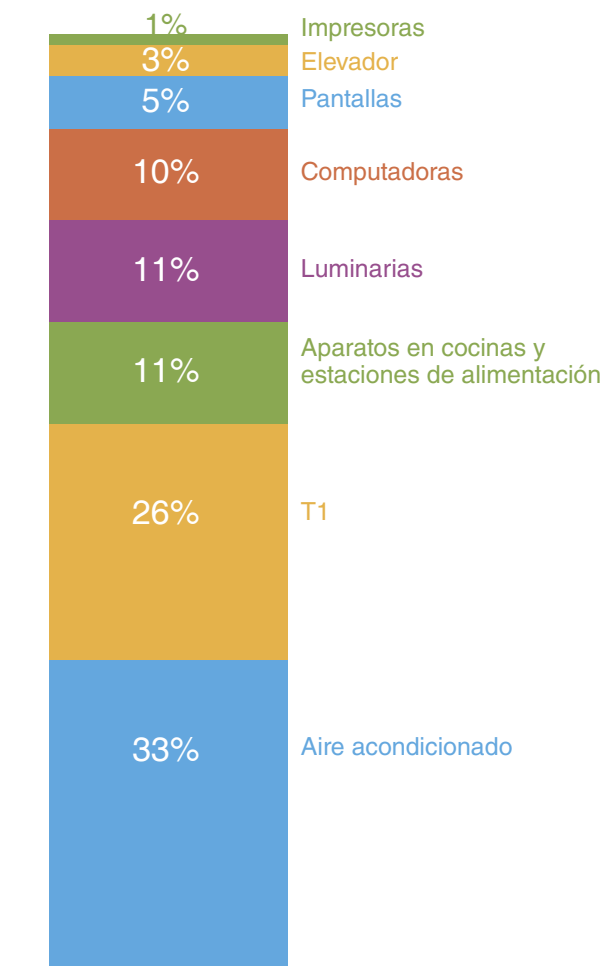
La Huella de Carbono de Genomma Lab	SAMARA	CEDIS	Unidades
<b>Electricidad</b>			
Registro de los consumo de energía a la compañía de electricidad	1,032,264	3,589,300	KWh
Total calculado	1,311,427	4,007,970	KWh
Computadoras	130,129	67,941	KWh
TI	338,442	21,028	KWh
Impresoras	8,022	47,497	KWh
Luminarias	142,258	3,651,565	KWh
Pantallas	70,332	0	KWh
Teléfonos	467	211	KWh
Aire acondicionado	440,294	117,822	KWh
Elevador	36,307	(-)	KWh
Aparátos en cocinas y estaciones de alimentación	145,175	101,806	KWh
Artículos varios de oficina	(-)	100	KWh
<b>Combustibles</b>			
Registro de los pagos y consumo de energía a la compañía de gas	(-)	22,296	lítros
"Diesel (funcionamiento de planta de energía para diseño y producción publicitaria) "	28,913	(-)	lítros

La Huella de Carbono de Genomma Lab	SAMARA	CEDIS	Unidades
<b>Agua</b>			
Consumo de agua	(-)	10,660	m3 (arriba el 3)
<b>Consumibles</b>			
Compras de papel membretado y para impresiones/copias	3,347	678	Kg
Cartuchos para impresión	15	8	Kg
<b>Viajes</b>			
Transporte personal a empresa (automóvil)	2,947,277	2,875,392	Km
Transporte personal a empresa (transporte público)	575,078	9,105,408	Km
Viajes cortos en avión (menores a 1600km)	324,994	17,105	Km
Viajes en avión distancia larga (más de 1600km)	917,567	48,293	Km
<b>Residuos recuperados</b>			
Cartón (reciclado)	17,064	649,392	Kg
PET (reciclado)	14,376	(-)	Kg
Playo	(-)	503,364	Kg
Tarimas	(-)	140,460	Kg
Leña	(-)	98,028	Kg

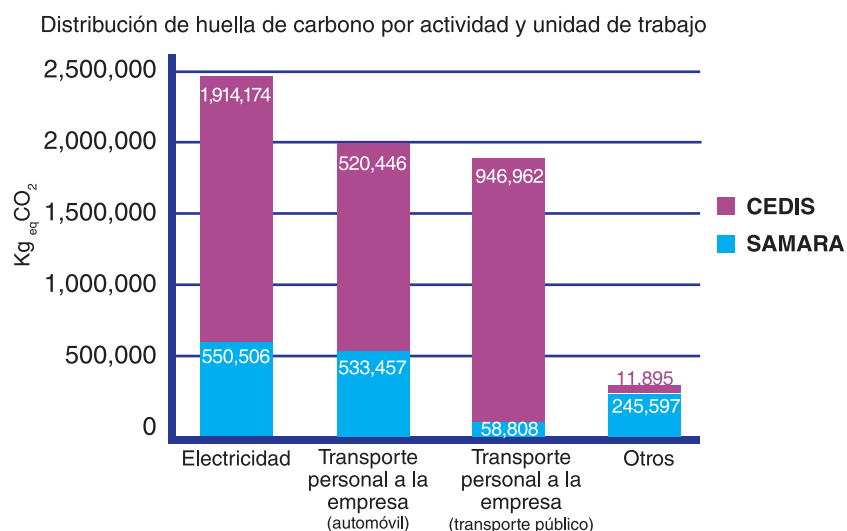
Consumo de energía en CEDIS



Consumo de energía en oficinas corporativas SAMARA



	SAMARA	CEDIS	Unidades
<b>Número de empleados</b>	<b>390</b>	<b>576</b>	
<b>Electricidad</b>			
Registro de los consumo de energía a la compañía de electricidad	550,506.40	1,914,173.70	kgCO <sub>2</sub>
<b>Combustibles</b>			
Registro de los pagos y consumo de energía a la compañía de gas	0	8.5	kgCO <sub>2</sub>
Diesel (funcionamiento de planta de energía para diseño y producción)	94,546	0	kgCO <sub>2</sub>
<b>Agua</b>			
Consumo de agua	0	3,389.90	kgCO <sub>2</sub>
<b>Consumibles</b>			
Compras de papel membretado y para impresiones/copias	1,161.30	276.1	kgCO <sub>2</sub>
Cartuchos para impresión	683.6	371	kgCO <sub>2</sub>
<b>Viajes</b>			
Transporte personal a empresa (automóvil)	533,457.10	520,446.00	kgCO <sub>2</sub>
Transporte personal a empresa (transporte público)	59,808.20	946,962.40	kgCO <sub>2</sub>
Viajes cortos en avión (menores a 1600km)	50,049.10	2,634.20	kgCO <sub>2</sub>
Viajes en avión distancia larga (más de 1600 km)	99,097.20	5,215.60	kgCO <sub>2</sub>
<b>Total</b>	<b>1,389,308.70</b>	<b>3,393,477.30</b>	<b>kgCO<sub>2</sub></b>



- El consumo de energía eléctrica contribuyó en 51.5% a la huella de carbono. La electricidad empleada por las oficinas corporativas y por el centro de distribución equivalió a la consumida por 3,984 viviendas de interés social.
- El 43% de la huella de carbono correspondió al transporte del personal en automóvil o en transporte público. La mayor carga ambiental se asoció con el uso del transporte del autobús de los empleados hacia el centro de distribución.
- El 5.5% restante correspondió a los combustibles (el gas en CEDIS y el diesel en la planta de energía para la producción de publicidad), consumo de agua, consumibles y viajes en avión.

**Las actividades con mayor impacto ambiental son el consumo de electricidad y el uso de transporte para empleados.**

A partir del estudio de huella de carbono evaluaremos y programaremos las actividades que emprenderemos para reducir estos consumos en los próximos años.

## Gestión de residuos

Continuamos con nuestro programa “Cuida Tu Mundo 3R: Reduce, Reusa, Recicla” en donde además de disponer correctamente los residuos orgánicos e inorgánicos (PET, pilas, papel y cartón), ofrecemos lineamientos internos que contribuirán a la adecuada utilización de los insumos de la empresa.

Reciclamos 130 toneladas de residuos, evitando la tala de 603 árboles para la extracción de celulosa.

Por segundo año consecutivo renovamos el convenio de colaboración con la Fundación San Ignacio de Loyola (FSIL) para la gestión integral de residuos de la empresa, los cuales son recolectados diariamente por la Fundación y vendidos a recicladores autorizados. Recaudamos más de 291,000 pesos, mismos que canalizamos a la Clínica Santa Teresita para apoyar a niños en situación de desnutrición en la Sierra Tarahumara.

**Reciclamos 130 toneladas de  
residuos, evitando la tala de 603  
árboles.**



***Accionistas***



## Accionistas

### ADN Económico

Somos impulsores de la economía al generar más de 1,200 empleos directos, pagar oportunamente impuestos y generar empleo indirecto entre nuestros fabricantes, proveedores y distribuidores que contribuyen a elevar la calidad de vida de ellos y sus familias. A continuación nuestro desempeño sustentable en cifras:

Cifras de Desempeño Sustentable	(miles de pesos mexicanos)
Valor Económico Generado	9,841,482
Valor Económico Distribuido	8,235,513
Valor Económico Retenido	1,605,969



# ***Gobierno Corporativo***

## Gobierno Corporativo

**Incluso antes de ser una empresa pública contábamos con inversionistas privados. Con ello dimos nuestros primeros pasos sólidos en el ámbito del gobierno corporativo; éstos nos enseñaron la importancia de la transparencia, la comunicación, la toma de decisiones colegiadas, la prevención de conflictos de intereses así como del reporte y evaluación de nuestro desempeño, entre otros aspectos relevantes.**

Como empresa pública incorporamos las mejores prácticas de gobierno corporativo para reforzar el paso; estamos convencidos de que es la mejor forma de cumplir las expectativas de nuestros clientes y así asegurar nuestra sustentabilidad.

La administración de la Compañía es responsabilidad de un Consejo de Administración integrado actualmente por 11 consejeros propietarios, quienes son designados o ratificados cada año en la Asamblea General Anual Ordinaria de Accionistas de Genomma Lab.

Los actuales miembros propietarios y suplentes del Consejo de Administración fueron elegidos por su amplia y probada experiencia, así como por sus resultados sobresalientes en muy diversas áreas profesionales, tales como administración, negocios, finanzas, publicidad, logística, sociedad y economía, entre otros. Tanto su desempeño como su compensación son evaluados anualmente. Para este último las condiciones del mercado se toman en cuenta.

El 58% de nuestros consejeros es independiente, cifra superior a lo establecido por la Ley del Mercado de Valores.

El Consejo de Administración es auxiliado en sus labores por el Comité de Auditoría y el Comité de Prácticas Societarias, ambos presididos por consejeros independientes y por un Comité Ejecutivo.

Consejeros propietarios	Consejeros suplentes
Rodrigo Alonso Herrera Aspra ***(1)	Renata Virginia Herrera Aspra (1)
Sabrina Lucila Herrera Aspra ***(1)	Renata Virginia Herrera Aspra (1)
Arturo José Saval Pérez **	Alejandro Diazayas Oliver
Luis Alberto Harvey MacKissack **	Alejandro Diazayas Oliver
Gerardo de Nicolás Gutiérrez*	No designado
Fernando Paiz Andrade*	No designado
Juan Alonso*	No designado
Luis Ernesto Maccise Uribe*	No designado
José Manuel Sainz González*	No designado
José Luis Fernández Fernández*	No designado
Andrés Conesa Labastida*	No designado

Consejeros independientes

\*\*Consejeros patrimoniales

\*\*\*Consejeros patrimoniales

## Secretario

El Lic. Marco Francisco Forastieri Muñoz es el secretario propietario, no miembro del Consejo de Administración de la Compañía, y la señora Tatiana Suzette Treviño García es la secretaria suplente, no miembro del Consejo de Administración de la Compañía.

## Comités

### Comité de Auditoría

Su función principal consiste en auxiliar al Consejo de Administración en la determinación, implementación y evaluación del sistema de control interno de la Compañía, así como verificar la administración y manejo de los negocios e implementar las resoluciones adoptadas por la Asamblea de Accionistas. Este comité es presidido por el señor José Luis Fernández Fernández; además, los señores Gerardo de Nicolás Gutiérrez, Fernando Paiz Andrade y Luis Ernesto Maccise Uribe son miembros propietarios de dicho comité.

### Comité de Prácticas Societarias

El Comité de Prácticas Societarias es responsable de dar su opinión al Consejo de Administración en relación con el desempeño de los directores ejecutivos de la Compañía, la compensación de los miembros del Consejo de Administración y sobre las operaciones con partes relacionadas. Asimismo, el Comité de Prácticas Societarias se encarga de recabar opiniones de expertos, terceros independientes, así como de convocar a asambleas de accionistas y de asistir al Consejo de Administración en la preparación de los reportes que debe presentar anualmente a los accionistas de la Compañía. Este comité es presidido por el señor Gerardo de Nicolás Gutiérrez cuyos miembros son los señores Juan Alonso y Arturo José Saval Pérez.

### Comité Ejecutivo

El Comité Ejecutivo es responsable de intervenir en asuntos financieros y de planeación general, incluidas la designación, la remoción y la compensación de los funcionarios y los empleados de la Compañía; de la celebración de convenios de financiamiento; de la convocatoria para asambleas generales de accionistas, y de cualquier otro asunto que le delegue el Consejo de Administración.

**Llevamos las actividades del negocio de forma responsable y transparente.**

## Ética del Negocio

### Integridad y ética en el negocio

El éxito, prestigio y crecimiento de Genomma Lab se ha construido sobre la base de la integridad del negocio. Tenemos un compromiso ineludible de conducirnos con rectitud, tanto con nuestros colaboradores, como en la industria en la que nos desarrollamos y en nuestra sociedad. Este compromiso incluye mejorar y preservar la salud y bienestar de las personas mediante productos innovadores, seguros y eficaces con procesos responsables con el medio ambiente y la comunidad.

Para lograrlo, respaldamos nuestras acciones con programas, procedimientos, políticas y cumplimiento a la normatividad que regulan y conducen nuestra forma de planear y ejecutar las operaciones diarias del negocio.

Nuestro código de conducta enfatiza la importancia de actuar siempre con apego a la ley, establece el marco para desarrollar y mantener relaciones de honestidad, confianza y respeto entre todas las personas con las que tenemos una relación profesional o comercial. Comprende un conjunto de lineamientos para autorregular nuestro comportamiento corporativo, conforme a los más altos estándares de integridad personal y profesional, en temas como: Prácticas Comerciales, Regalos y Pagos Extraordinarios, Confidencialidad y Propiedad Intelectual, Legalidad y Ética Laboral.

## ***Sobre este Informe***

## Sobre este Informe

Genomma Lab presenta por segunda ocasión su informe de Sustentabilidad, con la intención de comunicar y transparentar a sus grupos de interés las principales acciones realizadas en las esferas de su desempeño económico, social y ambiental; así como la comunicación de progreso del Pacto Mundial.

El informe es publicado anualmente y comprende los programas efectuados entre el 1 de enero y el 31 de diciembre 2012 y por segunda vez alienado a las directrices de Global Reporting Initiative (GRI) versión 3.1., cumpliendo un nivel de aplicación C auto declarado.

La materialidad del documento está fundamentada en los temas más importantes para el futuro del negocio y para los grupos de interés. Y las técnicas de medición y recopilación de información están sujetas a controles internos de auditoría por las áreas que participaron en el proceso de elaboración.

Nivel de aplicación

Nivel de aplicación de memoria		C	C+	B	B+	A	A+
Contenidos básicos	Información sobre el Perfil según la G3 <small>Producto</small>	Informa sobre: 1.1 2.1 - 2.10 3.1 - 3.8, 3.10 - 3.12 4.1 - 4.4, 4.14 - 4.15	Verificación externa de la Memoria	Informa sobre todos los criterios enumerados en el Nivel C además de: 1.2 3.9, 3.13 4.5 - 4.13, 4.16 - 4.17	Verificación externa de la Memoria	Los mismos requisitos que para el Nivel B	Verificación externa de la Memoria
	Información sobre el Enfoque de Gestión según la G3 <small>Producto</small>	No es necesario		Información sobre el Enfoque de Gestión para cada Categoría de Indicador		Información sobre el Enfoque de Gestión para cada Categoría de Indicador.	
	Indicadores de Desempeño según la G3 & Indicadores de Desempeño de los Suplementos Sectoriales <small>Producto</small>	Informa sobre un mínimo de 10 Indicadores de Desempeño, y como mínimo uno de cada dimensión: Económica, Social y Ambiental.		Informa sobre un mínimo de 20 Indicadores de Desempeño y como mínimo uno de cada dimensión: Económica, Ambiental, Derechos Humanos, Prácticas laborales, Sociedad, Responsabilidad sobre productos.		Informa sobre cada Indicador principal y sobre los Indicadores de los Suplementos Sectoriales* de conformidad con el principio de materialidad ya sea a) informando sobre el indicador o b) explicando el motivo de su omisión.	

\*Versión final del Suplemento Sectorial



INDICE GRI		Información	Página & Respuesta Directa
Indicador	Descripción		
<b>1. Estrategia y análisis</b>			
1.1	Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización	Completo	5-6
1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades	No	Información no considerada en la materialidad
<b>2. Perfil de la organización</b>			
2.1	Nombre de la organización.	Completo	62
2.2	Principales marcas, productos y/o servicios.	Completo	12, 14-15
2.3	Estructura operativa de la organización, incluidas las principales divisiones, entidades operativas, filiales y negocios conjuntos	Completo	12-13
2.4	Localización de la sede principal de la organización.	Completo	62
2.5	Número de países en los que opera la organización y nombre de los países en los que desarrolla actividades significativas.	Completo	13
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	Completo	62
2.7	Mercados servidos (incluyendo el desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes / beneficiarios).	Completo	12-13
2.8	Dimensiones de la organización informante (ventas, empleados, capitalización, productos, servicios, etc).	Completo	12-15
2.9	Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria.	Completo	15
2.10	Premios y Distinciones.	Completo	16
<b>3. Parámetros de la memoria</b>			
3.1	Periodo cubierto por la información contenida en la memoria.	Completo	50
3.2	Fecha de la memoria anterior más reciente.	Completo	50
3.3	Ciclo de presentación de memorias.	Completo	50
3.4	Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.	Completo	62
3.5	Proceso de definición del contenido de la memoria <ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinación de la materialidad</li> <li>• Prioridad de los aspectos incluidos en la memoria</li> <li>• Identificación de los grupos de interés que la organización prevé que utilicen la memoria</li> </ul>	Completo	19
3.6	Cobertura de la memoria.	Completo	50

Indicador	Descripción	Información	Página & Respuesta Directa
3.7	Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria	Completo	50
3.8	La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos	Completo	50
3.9	Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos, incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes a las estimaciones aplicadas en la recopilación de indicadores y demás información de la memoria.	Completo	50
3.10	Descripción del efecto que pueda tener la reexpresión de información perteneciente a memorias anteriores, junto con las razones que han motivado dicha represión	Completo	50
3.11	Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.	Completo	50

#### ÍNDICE DEL CONTENIDO DEL GRI

3.12	Tabla que indica la localización de los Contenidos básicos en la memoria.	Completo	51-59
------	---	----------	-------

#### VERIFICACIÓN

3.13	Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria.	No	Información no considerada en la materialidad
------	--	----	---

#### 4. Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés

4.1	La estructura de gobierno de la organización	Completo	47-48
4.2	Ha de indicarse si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo	Completo	47
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.	Completo	47
4.4	Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno	No	Información no considerada en la materialidad
4.5	Vínculo entre la retribución monetaria de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos	No	Información no considerada en la materialidad
4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno	No	Información no considerada en la materialidad
4.7	Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno	Completo	47
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.	Parcial	8
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	No	Información no considerada en la materialidad

Indicador	Descripción	Información	Página & Respuesta Directa
4.10	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	No	Información no considerada en la materialidad
<b>COMPROMISOS CON INICIATIVAS EXTERNAS</b>			
4.11	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	No	Información no considerada en la materialidad
4.12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	No	Información no considerada en la materialidad
4.13	Principales asociaciones a las que pertenezca	Completo	16
<b>PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS</b>			
4.14	Relación de grupos de interés que la organización ha incluido: Empleados, otros trabajadores, y sus sindicatos.	Completo	19
4.15	Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	Completo	19-20
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.	Completo	21
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.	No	Información no considerada en la materialidad
<b>DESEMPEÑO ECONÓMICO</b>			
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.	Completo	45
EC2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	No	Información no considerada en la materialidad
EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	No	Información no considerada en la materialidad
EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	Completo	No recibimos ayuda de gobiernos
<b>PRESENCIA EN EL MERCADO</b>			
EC5	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	No	Información no considerada en la materialidad
EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Completo	33-34
EC7	Procedimientos para la contratación local de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas	No	Información no considerada en la materialidad

Indicador	Descripción	Información	Página & Respuesta Directa
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.	No	Información no considerada en la materialidad
EC9	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	Parcial	32-34,37

## Desempeño ambiental

### MATERIALES

EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen.	No	Información no considerada en la materialidad
EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	No	Información no considerada en la materialidad

### ENERGÍA

EN3	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	No	Información no considerada en la materialidad
EN4	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias	No	Información no considerada en la materialidad
EN5	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	No	Información no considerada en la materialidad
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.	No	Información no considerada en la materialidad
EN7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	No	Información no considerada en la materialidad

### AGUA

EN8	Captación total de agua por fuentes.	No	Información no considerada en la materialidad
EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	Completo	Ninguna
EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	No	Información no considerada en la materialidad

### BIODIVERSIDAD

EN11	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	No	Información no considerada en la materialidad
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	No	Información no considerada en la materialidad
EN13	Hábitats protegidos o restaurados.	No	Información no considerada en la materialidad
EN14	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	No	Información no considerada en la materialidad

Indicador	Descripción	Información	Página & Respuesta Directa
EN15	Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la UICN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie.	No	Información no considerada en la materialidad
<b>EMISIONES Y RESIDUOS</b>			
EN16	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	No	Información no considerada en la materialidad
EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	Completo	42
EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	No	Información no considerada en la materialidad
EN19	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.	No	Información no considerada en la materialidad
EN20	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	No	Información no considerada en la materialidad
EN21	Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino	No	Información no considerada en la materialidad
EN22	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	Parcial	41
EN23	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	No	No aplica
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.	No	No aplica
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.	No	Información no considerada en la materialidad
<b>PRODUCTOS Y SERVICIOS</b>			
EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.	No	Información no considerada en la materialidad
EN27	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	No	Información no considerada en la materialidad
<b>CUMPLIMIENTO NORMATIVO</b>			
EN28	Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	No	Información no considerada en la materialidad
<b>TRANSPORTE</b>			
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.	No	Información no considerada en la materialidad

Indicador	Descripción	Información	Página & Respuesta Directa
EN30	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	No	Información no considerada en la materialidad
<b>Desempeño de prácticas laborales y ética del trabajo</b>			
<b>EMPLEO</b>			
LA1	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	Parcial	23,26
LA2	Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	No	Información no considerada en la materialidad
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.	Completo	25
<b>RELACIONES EMPRESA/TRABAJADORES</b>			
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	No	Información no considerada en la materialidad
LA5	Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	No	Información no considerada en la materialidad
<b>SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO</b>			
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.	No	Información no considerada en la materialidad
LA7	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	No	Información no considerada en la materialidad
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	Completo	24
LA9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	No	Información no considerada en la materialidad
<b>ASPECTO: FORMACIÓN Y EDUCACIÓN</b>			
LA10	de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	Completo	10, 24
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.	Completo	24
LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	No	Información no considerada en la materialidad
<b>ASPECTO: DIVERSIDAD E IGUALDAD</b>			
LA13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	Parcial	26,47



Indicador	Descripción	Información	Página & Respuesta Directa
LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	No	Información no considerada en la materialidad
LA15	Niveles de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo.	No	Información no considerada en la materialidad

## Desempeño de derechos humanos

### DERECHOS HUMANOS

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.	No	Información no considerada en la materialidad
HR2	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.	No	Información no considerada en la materialidad
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.	No	Información no considerada en la materialidad
HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	No	Información no considerada en la materialidad
HR5	Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos donde puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	No	Información no considerada en la materialidad

### ASPECTO: EXPLOTACIÓN INFANTIL

HR6	Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	Completo	27
-----	--	----------	----

### ASPECTO: TRABAJOS PESADOS

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.	No	Información no considerada en la materialidad
-----	---	----	---

### ASPECTO: PRÁCTICAS DE SEGURIDAD

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.	No	Información no considerada en la materialidad
-----	--	----	---

### ASPECTO: DERECHOS DE LOS INDÍGENAS

HR9	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	No	Información no considerada en la materialidad
-----	---	----	---

### ASPECTO: EVALUACIÓN

HR10	Porcentaje y número total de operaciones que han sido objeto de revisiones y/o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos.	No	Información no considerada en la materialidad
------	---	----	---

Indicador	Descripción	Información	Página & Respuesta Directa
<b>MEDIDAS CORRECTIVAS</b>			
HR11	Número de quejas relacionadas con los derechos humanos que han sido presentadas, tratadas y resueltas mediante mecanismos conciliatorios formales.	No	Información no considerada en la materialidad
<b>Desempeño con la sociedad</b>			
<b>COMUNIDADES LOCALES</b>			
SO1	Porcentaje de operaciones donde se han implantado programas de desarrollo y, evaluaciones de impactos con participación de la comunidad local.	Parcial	36-37
<b>CORRUPCIÓN</b>			
SO2	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	No	Información no considerada en la materialidad
SO3	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización	No	Información no considerada en la materialidad
SO4	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	No	Información no considerada en la materialidad
<b>POLÍTICA PÚBLICA</b>			
SO5	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying".	Parcial	30, 34, 37
SO6	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	No	Información no considerada en la materialidad
<b>COMPORTAMIENTO DE COMPETENCIA DESLEAL</b>			
SO7	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	No	Información no considerada en la materialidad
<b>CUMPLIMIENTO NORMATIVO</b>			
SO8	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones	No	Información no considerada en la materialidad
SO9	Operaciones con impactos negativos significativos posibles o reales en las comunidades locales.	No	Información no considerada en la materialidad
SO10	Medidas de prevención y mitigación implantadas en operaciones con impactos negativos significativos posibles o reales en las comunidades locales	No	Información no considerada en la materialidad
<b>Desempeño de la Responsabilidad sobre productos y servicios</b>			
<b>ASPECTO: SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE</b>			
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.	No	Información no considerada en la materialidad

Indicador	Descripción	Información	Página & Respuesta Directa
PR2	Número total de incidentes derivados del incumplimiento 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.	Completo	30
<b>ASPECTO: ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS</b>			
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.	Completo	29-30
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.	No	Información no considerada en la materialidad
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente	Completo	29-31
<b>ASPECTO: COMUNICACIONES DE MARKETING</b>			
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.	Completo	30
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	No	Información no considerada en la materialidad
PR8	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes	No	Información no considerada en la materialidad
<b>ASPECTO: CUMPLIMIENTO NORMATIVO</b>			
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	Información no considerada en la materialidad

## Indice Pacto Mundial

Principios	Página de Memoria
<b>Derechos Humanos</b>	
Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia	27, 33
Asegurarse de que sus filiales no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.	27, 33
<b>Trabajo</b>	
Apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.	22
Apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.	23-27
Apoyar la erradicación del trabajo infantil.	27
Apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.	23-27
<b>Medio Ambiente</b>	
Mantener un enfoque preventivo que favorezca al medio ambiente	8, 38-43
Fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.	8, 33, 38-43
Favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente	8, 33, 37-43
<b>Corrupción</b>	
Trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.	48

## Glosario

**CEMEFI:** Centro Mexicano para la Filantropía.

**COFECO:** Comisión Federal de Competencia.

**COFEPRIS:** Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios.

**EBITDA:** Utilidad antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización.

**Genéricos:** Productos farmacéuticos de patente vencida.

**GRI:** Global Reporting Initiative.

**IMS Health:** IMS Health Incorporated, uno de los proveedores más importantes de información de mercado de las industrias farmacéutica y del cuidado de la salud.

**OSC's:** Organizaciones de la Sociedad Civil.

**OTC:** Respecto de productos farmacéuticos, por sus siglas en inglés, productos de libre venta, es decir, que pueden adquirirse sin necesidad de receta médica (over-the-counter).

**PROFECO:** Procuraduría Federal del Consumidor.

## ***Mensaje Final***



Genomma Lab está comprometida a mejorar el bienestar social aumentando la calidad de vida de sus consumidores mediante la investigación y análisis de los mejores ingredientes para el desarrollo y comercialización de productos del cuidado personal y medicamentos de libre venta (OTC), buscando así, generar los máximos niveles de rendimiento posibles a sus inversionistas.

## ***Datos de Contacto***

Si requiere información adicional o desea enviar comentarios o sugerencias relacionadas con el contenido del informe puede comunicarse a la siguiente dirección electrónica: [sustentabilidad@genommalab.com](mailto:sustentabilidad@genommalab.com) o vía telefónica al **(5255) 50810000 Ext. 4411**



**Genomma Lab Internacional S.A.B. de C.V.**

Antonio Dovalí Jaime No. 70, Piso 2, Colonia Santa Fe,  
Delegación Álvaro Obregón, C.P. 01210, en México, Distrito Federal.