

Lima, 22 de Noviembre de 2017

**Señor
Lise Kibgo
Director Ejecutivo
Pacto Mundial - Naciones Unidas**

Belcorp es una corporación de belleza fundada hace de 49 años en el Perú y estamos comprometidos con la belleza y la realización personal de la mujer.

Nuestras 3 marcas, L'Bel, Ésika y Cyzone, llegan a millones de mujeres en América Latina a través del modelo de venta directa, sustentado en una red de más de 800,000 consultoras de belleza. Estamos presentes en 15 países y contamos con más de 8,500 colaboradores.

Como empresa nos comprometemos a un actuar transparente e íntegro, conscientes de que sólo así construimos futuro. Generamos vínculos sólidos con cada uno de nuestros grupos de interés, basándonos en la confianza, el respeto y el beneficio mutuo.

Nuestro Código de Ética enmarca los principios rectores que orientan el comportamiento diario de nuestros colaboradores, promoviendo así una conducta íntegra, responsable y transparente ante cada situación.

Desde el 2007 sentimos el orgullo de formar parte del Pacto Mundial y reafirmamos nuestro total compromiso con sus principios rectores en materia de Derechos Humanos, Trabajo, Medio Ambiente y Lucha contra la Corrupción.

A través del presente documento, presentamos el Informe de Progreso de Belcorp, que corresponde a nuestra operación en Perú y Casa Matriz durante el año 2016.

Atentamente,



**María Lizzy Massa
Representante Legal
Belcorp Limited Sucursal Perú**

Av. Pardo y Aliaga
N° 652
San Isidro
Lima - Perú

T (511) 211 3300

www.belcorp.biz



INFORME DE PROGRESO

Pacto Mundial
2016

INFORME DE PROGRESO BELCORP

En Belcorp estamos motivados a trabajar por una sociedad más justa, democrática y sostenible. Por eso, desde el 2007, estamos comprometidos voluntariamente a respetar los diez principios que el Pacto Mundial de las Naciones Unidas establece en los temas de derechos humanos, derechos laborales, cuidado ambiental y la lucha contra la corrupción. De esta forma, reafirmamos nuestra voluntad de vivir en una sociedad mejor.

Contribuir al desarrollo de las familias y de la región de América Latina a través de la mujer, se ha convertido en nuestro mayor orgullo. Es por esto que la venta directa es el canal estratégico de nuestro negocio y representa para Belcorp una oportunidad para contribuir al desarrollo de la región.

Las marcas L'Bel, Ésika y Cyzone llegan al mercado a través de una red de 750,000 consultoras independientes, que ofrecen los productos al consumidor a través de nuestros catálogos. Cada día 30,387 consultoras pasan pedido y cada segundo se venden 6 productos de nuestras marcas.

A través de este reporte, Belcorp informa el cumplimiento de los diez principios rectores, especificando los compromisos, acciones y resultados obtenidos durante el año 2015. Este documento incluye información de Belcorp Perú y casa Matriz y ha sido elaborado tomando en cuenta la Guía Práctica para Informes de Progreso del Pacto Mundial.

1. Nuestro negocio

Empoderamos a miles de mujeres para que sean capaces de cambiar sus vidas y las de quienes las rodean; impulsamos belleza para lograr realización personal.

En Belcorp reconocemos el espíritu emprendedor de la mujer y su capacidad para transformar su vida y la de su entorno. Impulsando belleza nos comprometemos a crear oportunidades que inspiren a las personas, empoderándolas para lograr un impacto positivo en la sociedad.

Por medio de nuestro modelo de negocio, brindamos la oportunidad a miles de mujeres de formar un negocio propio, empoderándolas para lograr un impacto positivo en la sociedad. Nuestro modelo de negocio tiene la venta directa como canal estratégico. Este modelo se basa en la relación persona a persona. A través de nuestros catálogos las consultoras brindan una oportunidad de belleza a las consumidoras, ofreciéndoles personalmente los productos, realizándoles demostraciones y brindándoles asesoramiento; de este modo las consultoras se vuelven empresarias de belleza.

Con una red de más de 820 mil consultoras, logramos generar un impacto positivo en millones de personas en América Latina y Estados Unidos. Estamos orgullosos de conocer historias de consultoras que, gracias a su trabajo con nosotros, han logrado no solo pagar la educación de sus hijos sino también mejorar sustancialmente la calidad de vida de sus familias. Por ejemplo, tenemos la historia de una de nuestras consultoras estrella, Vilma, ella empezó vendiendo tubérculos (papa cebollas etc.) que compraba en la parada en la puerta de la casa de la mamá que coincidentemente da a un mercado, le ofrecieron para que pueda vender productos de belleza, se animó y se inscribió en ésika, poco a poco se hizo clientes y al lado de su puesto de tubérculos colocó una vitrina chica con los productos de ésika y fue

vendiendo, de esta manera fue creciendo dejando de vender los tubérculos y metiéndose más en el negocio del mundo de la belleza siempre con ésika, ahora tiene en el mismo lugar una tienda medianamente grande es bastante conocida, tiene un puesto en dicho mercado, ella se llegó a ganar un auto en el programa de bonificación del año 2015. Es una excelente negociante y trabajadora sin haber tenido ninguna preparación pudo salir adelante y darle una mejor calidad de vida a toda su familia.

Es gracias a estas personas, tanto aquellas que siguen escribiendo nuestra historia como las que alguna vez formaron parte de ella, que hoy contamos con tres marcas que llevan belleza a más de 9 millones de clientes. Hoy podemos celebrar con orgullo no solo tener una fuerte presencia en 15 países, sino también estar entre los dos primeros lugares en ventas en 11 de ellos. N°1 en Perú, Colombia, Bolivia, Costa Rica, República Dominicana y El Salvador. N°2 en Chile, Ecuador, Panamá, Guatemala, y Venezuela. N°3 en Ecuador.

Estamos muy satisfechos con la compañía que hemos construido en estos 49 años, porque todo nuestro éxito se ha logrado transformando la vida de millones de personas, y nos ha permitido ir descubriendo que lo más enriquecedor es aprender haciendo, que una de nuestras grandes fortalezas es el conocimiento que hemos ido consiguiendo y la gran oportunidad de compartirlo con los equipos, que la innovación se logra a través equipos multifuncionales que escuchan a la consultora y el consumidor y que viven la experiencia con ellos, que el ensayo-error es fundamental y que necesitamos evolucionar nuestra forma de trabajar para seguir dándole vida a nuestro propósito y cumplir nuestro sueño como compañía, al mismo tiempo que alcanzamos los nuestros.

NUESTRO PROPÓSITO

Impulsamos
belleza
para lograr
realización
personal



2. Nuestro modelo de negocio, por las mujeres y para las mujeres

Contribuir al desarrollo de las familias y de la región de América Latina a través de la mujer, se ha convertido en nuestro mayor orgullo. Es por esto que la venta directa es el canal

estratégico de nuestro negocio y representa para Belcorp una oportunidad para contribuir al desarrollo de la región.

Las marcas L'Bel, Ésika y Cyzone llegan al mercado a través de una red de 750,000 consultoras independientes, que ofrecen los productos al consumidor a través de nuestros catálogos. Cada día 30,387 consultoras pasan pedido y cada segundo se venden 6 productos de nuestras marcas.

Nuestro año se divide en 18 campañas, que tienen una duración aproximada de tres semanas. Para cada campaña diseñamos un nuevo catálogo con la propuesta de productos y novedades de la marca. En total, hacemos 54 catálogos cada año, que se distribuyen en los 15 países en los que estamos presentes. Los catálogos son las tiendas de nuestras consultoras, por eso deben ser espectaculares, novedosos y provocativos.

Mediante este sistema de Venta Directa, las consultoras encuentran la oportunidad de tener un negocio propio, que les permite obtener ingresos propios, crecer y desarrollarse como personas y como emprendedoras, fortalecer sus habilidades sociales, emocionales y de gestión, y en definitiva, mejorar su vida, la de sus familias y comunidades.

Además, la venta directa permite ofrecer un servicio más personalizado al consumidor a través de las consultoras, quienes se convierten en asesoras de belleza. ¡Nuestro éxito definitivamente se debe a ellas!

3. Equidad de género

En Belcorp, nuestro propósito está enfocado en la mujer y su realización personal. Para nosotros, la equidad de género va más allá de cumplir con una cuota y de tener la misma cantidad de colaboradores mujeres y hombres; sino que es parte de la esencia de nuestra cultura.

Si bien reconocemos que hombres y mujeres no son iguales, sabemos que ambos merecen las mismas oportunidades, teniendo en cuenta sus distintas necesidades. Es por eso que en Belcorp no se hace distinción en cuanto a salarios, desarrollo profesional y toma de decisiones estratégicas.

- Del total de colaboradores, el 70.2% son mujeres
- En nuestras posiciones de liderazgo (gerentes a Vps) el 73% son mujeres
- En Perú, tenemos un aproximado de 1,500 colaboradores y más del 70% son mujeres. En cuanto a niveles directivos, el 50% de posiciones son cubiertas por mujeres.
- En Colombia, donde está nuestra planta, tenemos más de 4,600 colaboradores, y más del 65% son mujeres.

4. Nuestras Marcas

L'Bel, Ésika y Cyzone responden al propósito de Belcorp: Impulsamos Belleza para lograr Realización Personal. Para Belcorp, la belleza no es una imposición, la belleza es descubrir y develar lo mejor de sí, por eso les damos la posibilidad a todas las mujeres de descubrir y adoptar su propio estilo de belleza a través de nuestro portafolio de marcas.

Cada marca ha sido creada a base de un profundo conocimiento del consumidor, pensando en atender los deseos y las necesidades de los diferentes grupos y estilos de mujeres, invitándolas a vivir experiencias de marca que inspiren y mejoren sus vidas.



L'BEL



L'Bel, existe para inspirar a cada mujer a revelar a través de su belleza, su esencia única.

L'Bel tiene más de 30 años en el mercado latinoamericano. Gracias a esta trayectoria conoce las necesidades de sus usuarias, y entiende su deseo de contar con productos de la más alta calidad que le permitan revelar su esencia única a través de su belleza.

Nos inspiramos en mujeres únicas que destacan por su estilo propio. Mujeres que toman sus propias decisiones y que saben

que esas decisiones son las que las hacen más bellas.

L'Bel permite que estas mujeres decidan como realzar su belleza única a través de una propuesta de valor diferenciada según su necesidad, estilo u ocasión.

<https://www.youtube.com/watch?v=ipeR8PaQufY>

<https://www.youtube.com/watch?v=e9oiuXCp3E8>

L'Bel propone un portafolio completo y variado con diferentes soluciones para que estas mujeres puedan encontrar exactamente lo que se adecúa a cada una de ellas reafirmando lo especiales que son, buscando que tengan experiencias memorables y resultados comprobados que se notan a través de nuestros productos de alta calidad y sean ellas nuestros mejores referentes.

ésika



Ésika, tú y tu belleza lo pueden todo

El propósito de la marca Ésika es impulsar belleza para lograr la realización personal de las mujeres latinas. Ésika es la "coach de belleza" que inspira y empodera a las mujeres latinas a lograr todo lo que se proponen.

En Ésika, estamos comprometidos con el empoderamiento de la mujer latina, impulsándolas a reconocer que la belleza está en lo que han logrado y son capaces de lograr. Por eso mostramos historias de mujeres que inspiran a otras mujeres a alcanzar sus propias metas.

<https://www.youtube.com/watch?v=51n0IYmeESs>
<https://www.youtube.com/watch?v=GkttWpFTKkU>

Ésika ofrece productos especialmente diseñados para la mujer latina, que se renuevan constantemente para acercar a nuestros consumidores las tendencias de belleza utilizadas por los profesionales. Nuestros productos son fabricados utilizando lo último en tecnología, cumpliendo con altos estándares de calidad, similares a los de marcas de prestigio.

cy°zone



Cyzone es una marca de moda y belleza para jóvenes que busca lograr que cada chica se quiera para que pueda ser lo que quiera ser. Para ello invita a las chicas a atreverse a probar diferentes estilos, a disfrutar mientras lo hacen, decirle al mundo quienes son y todo lo que quieren lograr a través de su actitud.

Cyzone las invita a que exploren su look y prueben cosas nuevas. Por eso les ofrece productos como maquillaje, accesorios, fragancias y cuidado personal.

Quiérete es un programa social que viene trabajando Cyzone desde el 2007 cuyo fin es fortalecer la autoestima de las jóvenes e impulsarlas a sacar lo mejor de sí mismas con un mensaje de auto aceptación.

La financiación de este programa social se realiza a través de la venta por catálogo de productos íconos, los cuales financian las diversas actividades que se realizan en Perú, Colombia, México, Chile, Ecuador, Bolivia, Paraguay, Costa Rica, Guatemala, Panamá, República Dominicana, El Salvador y Puerto Rico.



A partir del 2016, y con el fin de repotenciar Quiérete y hacerlo más eficiente a nivel ejecucional y comunicacional, se empezó a trabajar en alianza con la ONG Plan Internacional, organización especializada en temas de autoestima, para la metodología de los talleres Quiérete en Perú y en Colombia.

Hoy implementamos **Talleres de intercambio** y soporte emocional en donde a través de las expresiones artísticas las participantes puedan sensibilizarse, explorar sus capacidades e Bronce en los Effie Awards Colombia 2015 por la campaña de lanzamiento de la fragancia Addicted.

5. Nuestros Premios y reconocimientos en el mundo

Como corporación, también hemos sido reconocidos internacionalmente en numerosas ocasiones. En estos últimos años, logramos:

- ✓ **Campaña Mi Belleza Mis Logros:** Ésika fue reconocida por la ONU Mujeres en alianza con USAID y Mercy Corps como una iniciativa publicitaria vanguardista y generadora de cambios positivos en la sociedad.



- ✓ Hemos sido nombrados en el **puesto 18 del ranking 2016 de las Top 100 empresas de Venta Directa en el mundo** por nuestro volumen de venta, según la revista norteamericana Direct Selling News, en uno de los informes más completos de la industria.
- ✓ Volvemos a ser protagonistas de los **¡Premios Actualidad Cosmética!** Nuestra fragancia L'Image Radiant, de Ésika, fue escogida por los consumidores como la Mejor Fragancia Femenina de Latinoamérica 2016.
- ✓ **Eduardo Belmont recibió el prestigioso premio al CEO del año en Sostenibilidad Social:** Nuestro Presidente recibió el prestigioso Premio de negocios Bravo edición 2015 al CEO del año en Sostenibilidad Social en reconocimiento a su comprometida labor con los empleados de la empresa, los consumidores, los proveedores, la comunidad, el medio ambiente y con nuestras consultoras. Este premio lo entregó Latin Trade Group, empresa fuente de negocios que provee información y servicios empresariales a las empresas que operan en Latinoamérica, en una ceremonia de gala que se llevó a cabo el 20 de octubre.

- ✓ **¡Entre las mejores empresas para trabajar de la región y del mundo!** En el 2016 en el ranking de las mejores empresas para trabajar en el mundo, Belcorp logró el puesto 9 según la medición del GPTW. Además, este año estamos en el puesto 11 entre las 25 mejores empresas para trabajar en América Latina y en el puesto número 7 en el Perú. Ésta es la quinta vez consecutiva que Belcorp es una de las mejores empresas para trabajar de la región, destacándonos entre 775 candidatas este año.

6. Honrando nuestros compromisos con los principios del Pacto Mundial

DERECHOS HUMANOS

P1. Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos reconocidos a nivel internacional

P2. Las empresas deben asegurar que no están implicadas en abusos de los derechos humanos

Compromisos

En Belcorp creamos relaciones duraderas y sostenibles con todos nuestros públicos de interés: consultoras, consumidores, proveedores, la sociedad, el Estado y el ambiente. Generamos vínculos sólidos con cada uno de ellos, basándonos en la confianza, el respeto y el beneficio mutuo.

Nuestro Código de Ética enmarca los principios rectores que orientan el comportamiento diario de nuestros colaboradores, promoviendo así una conducta íntegra, responsable y transparente ante cada situación alineada a temas clave de responsabilidad social identificados por la Norma Internacional ISO 26000, como: derechos humanos, prácticas laborales, medio ambiente, prácticas justas de operación, asuntos de consumidores y nuestra participación en el desarrollo de la comunidad.

El Código de Ética de Belcorp ha sido elaborado en el año 2009 dentro de un proceso participativo, con el compromiso de la Alta Dirección y la contribución de colaboradores de diferentes áreas y países de la Corporación. Contamos con un Comité de Ética en cada país de la organización, los cuales velan por la vigencia y cumplimiento de los lineamientos establecidos en nuestro Código.

De manera explícita, nos declaramos respetuosos de la diversidad y establecemos que todos los seres humanos estamos sujetos a los mismos derechos, independientemente de nuestra raza, edad, religión, sexo, opinión política, orientación sexual, discapacidad, origen social o nacionalidad. Reconocemos en la diversidad una riqueza que promueve la innovación y permite un mejor entendimiento de las culturas con las que trabajamos.

Estos principios de comportamiento cuentan con el compromiso de la Alta Dirección de la empresa y es la obligación de todos los colaboradores de Belcorp de firmar todos los años el compromiso de cumplimiento. Contamos con un Comité de Ética Corporativo y todos los colaboradores pueden reportar incidentes y/o realizar sugerencias relacionadas al tema, a través de un sistema en línea completamente anónimo, confidencial y seguro, que permite comunicar al Comité de Ética Belcorp las situaciones o comportamientos que afectan los intereses de la compañía, nuestros colaboradores, proveedores, consultoras o clientes.

A nivel externo, Belcorp ha suscrito importantes compromisos a través de los cuales respalda los derechos humanos universales y, de manera especial, busca promover la igualdad de oportunidades para la mujer.

Somos miembros del Foro de Líderes del sector privado, iniciativa liderada por el Banco Mundial que reúne a diversas empresas del mundo comprometidas con el empoderamiento económico de la mujer.

Políticas/Acciones

- Difusión del Código de Ética e implementación de canales de comunicación directa.
- Política de calidad de vida, que promueve a través de diferentes iniciativas, el equilibrio en las dimensiones física, mental, emocional, social y espiritual de todos los colaboradores.
- Política de seguridad en el trabajo, que garantiza instalaciones de trabajo seguras y cómodas.
- Al nivel de la comunidad, a través de la Fundación Belcorp, continuamos ejecutando el Programa Grandes Mujeres en alianza con la Universidad del Pacífico, la Universidad San Ignacio de Loyola en Lima y la Universidad Católica San Pablo de Arequipa. Este programa promueve el empoderamiento económico de la mujer, desarrollando en ellas habilidades de liderazgo que contribuyan a mejorar su capacidad para generar ingresos.
- En Belcorp, estamos convencidos de que la educación es la herramienta más potente para impulsar el desarrollo de nuestra sociedad. Por ello, contamos con el Programa de Becas, mediante el cual financiamos la educación escolar, técnica o universitaria de niñas y jóvenes con necesidad económica, excelente rendimiento académico y elevado potencial.

Resultados

- Durante el año 2016, no se presentaron incidentes relacionados con la violación de derechos humanos.
- En el año 2016, la sede Belcorp Perú ocupó el puesto 7 entre las mejores empresas dónde trabajar. Según la encuesta realizada por Great Place to Work Institute 2016, para Belcorp Perú:
 - ✓ El 90% de los trabajadores encuestados piensa que Belcorp es un lugar psicológica y emocionalmente saludable para trabajar.
 - ✓ El 96% piensa que la infraestructura e instalaciones de Belcorp contribuyen a crear un buen ambiente de trabajo.
 - ✓ Un 94% sostiene que puede tomar tiempo libre, de forma coordinada, para atender asuntos personales de importancia.

- ✓ El 83% afirmó que en la empresa se propicia que las personas equilibren su vida de trabajo y su vida personal.
- ✓ El 87% piensa que los jefes de la empresa demuestran un interés sincero en ellos como persona, no sólo como empleado.
- ✓ El 91% cree que tienen beneficios especiales y únicos en esta organización (no sólo económicos).
- Durante el 2016, Belcorp invirtió S/. 1.18 millones de soles en programas de inversión social para el empoderamiento de la mujer a través de la educación.
- 310 mujeres fueron beneficiadas con el Programa Grandes Mujeres durante el año 2016 y 5,474 mujeres fueron capacitadas desde que inició el proyecto.
- Al 2016, 520 niñas y jóvenes han sido beneficiadas con becas integrales de estudios.
- El foco de BELCORP es fortalecer el compromiso de nuestra gente. Para nosotros la gente es lo más importante, y sabemos que cuando las personas están comprometidas con un propósito, comparten sólidos valores, disfrutan los retos, aprenden y realizan un trabajo que logra un impacto positivo en la sociedad, alcanzan resultados extraordinarios; y esto genera un vínculo muy especial con la compañía, lo que hace que quieran seguir acompañándonos en los desafíos que nos planteamos a futuro. En esta línea, los puntos sobre los que nos enfocamos son: nuestra cultura, nuestra propuesta de valor al colaborador ("lo extraordinario está en ti": imagina, crece, comparte y logra).
 - Programa de desempeño y desarrollo Summa: planteamiento de desafíos que lleven al colaborador a liberar su potencial y tener un mayor impacto en el negocio.
 - Universidad corporativa (UCB): comunidad de aprendizaje que genera y comparte conocimientos en toda la organización a través de experiencias.
 - Copa BELCORP: campeonato anual que jugamos entre las áreas.
 - Actividades de voluntariado "tocando vidas" a lo largo del año.
 - Premios BELCORP, que cada año premia a cuatro equipos (uno por valor) que sean ejemplo de cómo vivir estos para conseguir resultados extraordinarios y sostenibles.
 - Obelisco BELCORP: premio al mejor desempeño en venta y utilidad en los países.

DERECHOS LABORALES

P.4 Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso realizado por coacción

P.5 Las empresas deben apoyar la abolición efectiva del trabajo infantil

P.6 Las empresas deben apoyar la abolición de la discriminación en el empleo y la ocupación

Compromiso

En Belcorp creemos en el respeto a la dignidad del ser humano y rechazamos explícitamente toda forma de trabajo forzoso o de explotación. El trabajo es voluntario, remunerado y además nos preocupamos porque los colaboradores dispongan de tiempos de descansos adecuados, que promuevan el equilibrio entre su vida profesional y personal.

Asimismo, no admitimos el trabajo infantil en la empresa. Contamos con una política de contrataciones, que establece la mayoría de edad como un requisito indispensable para ingresar como colaborador de la empresa.

Políticas/Acciones

- Promovemos la equidad interna y la igualdad en el trato y oportunidades. Para ello contamos con herramientas que lo garantizan:
 - ✓ Políticas imparciales de Gestión del Desempeño para todos nuestros colaboradores, que buscan alinear los objetivos individuales a las estrategias corporativas y establecer metas e indicadores objetivos. Contamos con una sólida herramienta de alineación llamada SUMMA, que evalúa los avances de cada colaborador en cuanto al logro de sus objetivos de desempeño y de las competencias que debe desarrollar para su crecimiento profesional.
 - ✓ Remuneración equitativa, a través de bandas salariales basadas en la valoración objetiva y transparente de los cargos y referencias de mercado.
 - ✓ Selección de personal y postulación interna, estableciendo la igualdad de condiciones entre los postulantes y las diferentes etapas que deben cumplir (evaluaciones y entrevistas), independientemente de su nivel jerárquico.
- Respetamos los tiempos de descanso y la vida personal de los colaboradores, por ello, contamos con diferentes políticas como la compensación de horas de trabajo, permisos especiales, vacaciones corporativas, tarde de los viernes libre, horario de trabajo flexible, entre otros.

Resultados

- El 75% de los colaboradores de Belcorp Perú son mujeres y el 71.3% de los cargos directivos o gerenciales están ocupados por mujeres.
- En Belcorp todos los colaboradores reciben una remuneración por encima del salario mínimo de Ley. La Proporción del salario más bajo vs el mínimo legal para el 2016 fue de 1.17
- Según los resultados de Great Place to Work Institute 2016, para Belcorp Perú:
 - ✓ El 97% los colaboradores creen que son tratados de manera justa, independientemente de su sexo.
 - ✓ El 93% piensa que son tratadas de manera justa, independientemente de su edad.

- ✓ El 92% de los encuestados sostuvieron que eran tratados de manera justa, independientemente de su nivel socioeconómico.
- ✓ El 98% cree que en Belcorp las personas son tratadas de manera justa independientemente de su orientación sexual.
- ✓ El 93% afirmó que recibía un buen trato, independiente de su posición en la empresa.

El 75% piensa que los jefes en Belcorp tratan a todos por igual

MEDIO AMBIENTE

P. 7 Las empresas deben apoyar un enfoque preventivo que favorezca al medio ambiente

P.8 Las empresas deben emprender iniciativas que promueven una mayor responsabilidad medioambiental

P.9 Las empresas deben favorecer el desarrollo y difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente

Compromiso

Como empresa socialmente responsable asumimos el compromiso de minimizar y neutralizar el impacto ambiental de generamos.

Para Belcorp, es imprescindible respetar las leyes y normas ambientales en cada país donde opera. Por eso, interactuamos con diferentes entidades regulatorias o autoridades ambientales, quienes vigilan nuestras operaciones. Contamos con los permisos y autorizaciones exigidos por la legislación ambiental y promovemos el continuo cumplimiento de todos los requisitos legales aplicables a la naturaleza de las actividades que desarrollamos.

Conjuntamente a los Principios del Pacto Global, usamos como referencia la Guía sobre Medioambiente, Salud y Seguridad para la Fabricación de Productos Farmacéuticos y Biotecnología. Esta guía pertenece a la Corporación Financiera Internacional (IFC), una entidad del Banco Mundial cuyos estándares tienen un alto grado de exigencia.

En el Perú actuamos a nivel de nuestras oficinas y canales de distribución, realizando campañas de sensibilización con nuestros colaboradores y Fuerza de Ventas.

Políticas/Acciones

- En Belcorp contamos con un Comité Directivo de Gestión Ambiental, que tiene la finalidad de revisar integralmente el Sistema de Gestión Ambiental, garantizando el cumplimiento de los requerimientos ambientales internos y regulatorios vigentes que apliquen, asegurando la eficacia del mismo y la toma decisiones para la mejora del desempeño ambiental de la corporación.
- Realizamos campañas de concientización a los colaboradores, donde se promueve el reciclaje en la oficina, así como el ahorro de energía, papel y agua. Asimismo, a través

del voluntariado corporativo, los trabajadores de la empresa participan a actividades de cuidado del medioambiente.

Resultados

- Belcorp imprime todos sus catálogos en papel de bosques certificados Forest Stewardship Council.
- Nuestras bolsas utilizadas para la entrega de los catálogos utilizan la tecnología "d2w", es decir que son bolsas totalmente degradables.
- Nuestras oficinas Belcorp recibieron la certificación Leed Gold (Leadership in Energy and Environmental Design Gold). Nuestro edificio fue construido e implementado con todas las características pensando en el medio ambiente.

En
nuestras
oficinas..



- En el último año en nuestra planta de Colombia:
 - Hemos logrado reciclar 1.200 Toneladas de papel, cartón, vidrio y plástico, evitando la tala de 15000 arboles
 - Hemos disminuido nuestra huella de carbono en un 11%

CORRUPCIÓN

P.10 Las empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y sobornos.

Compromiso

Como Corporación somos responsables de garantizar un actuar transparente e íntegro. Solo así fomentaremos un crecimiento sostenible construyendo relaciones sólidas y duraderas, inspiradas en el respeto y la confianza.

Eduardo Belmont,
Presidente de Belcorp

En Belcorp, valoramos el trabajo en conjunto, por eso estamos comprometidos con establecer y mantener relaciones sólidas y transparentes con nuestros proveedores. Este compromiso establecido en nuestro código de ética nos permite generar relaciones de confianza y generar una retroalimentación positiva, en beneficio de ambas partes.

Evitamos cualquier tipo de interferencias en la relación de negocios que establecemos con nuestros proveedores. No aceptamos ni ofrecemos regalos suntuosos (costosos o de lujo) ni ningún otro beneficio que no esté directamente relacionado con las funciones que desempeñamos en nuestro cargo, que puedan generar compromiso en el colaborador o en el proveedor.

Nuestros proveedores deben operar su negocio dentro de los marcos legales establecidos por las autoridades de cada país, al igual que Belcorp desarrolla sus actividades de negocio. Evaluamos y seleccionamos a los proveedores en base a criterios objetivos ligados a su desempeño económico, social y ambiental.

Descartamos cualquier decisión que sea tomada en base a criterios subjetivos o preferencias personales.

Políticas/Acciones

- Difusión del código de ética.
- Contamos con una política de vinculación con proveedores y conflicto de intereses que regula las relaciones con proveedores para asegurar una relación comercial basada en la transparencia y la ética.
- Contamos con políticas de Gestión de Proveedores, que buscan garantizar procedimientos adecuados en la selección y evaluación de proveedores.

Resultados

- Código de Ética difundido y suscrito por todos los colaboradores.