

# 2014

## Reporte Social Liomont



**LIOMONT**  
ETICA FARMACEUTICA DESDE 1938

# Contenido



<b>1. Alcance del informe</b>	2	<b>6. Nuestro desempeño social</b>	38
<b>2. Mensaje de la Dirección</b>	4	Programas sociales	40
<b>3. Cifras clave</b>	6	• Programa Integral Contra la Amibiasis (PICA)	40
<b>4. Información general</b>	8	• Misión Sonrisas	42
Nuestra empresa	10	• Programa de Detección Oportuna de Osteoporosis	42
Estructura organizacional	11	• Cruzada Infantil por un México sin Asma (CIMA)	44
Nuestra filosofía organizacional	12	• Alianza con Unicef y el Pacto Mundial	45
Grupos de interés	13	<b>CASO DE ÉXITO. UNICEF</b>	48
• Materialidad	14	• Programa Anual de Participación Comunitaria	49
<b>5. Nuestro desempeño económico</b>	16	• Apoyos diversos	50
Ventas	18	Investigación y desarrollo	50
Líneas terapéuticas	19	• Investigación clínica	50
Nuestros productos	20	• Participación para el desarrollo social	51
Mercado internacional	22	<b>7. Nuestro desempeño medioambiental</b>	52
Satisfacción del cliente	23	Nuevas oficinas	54
Nuestra gente	25	Gestión ecoeficiente	56
• Igualdad de oportunidades	26	• Agua	56
• Formación y desarrollo	26	• Energía eléctrica	58
Capacitación	27	• Emisiones indirectas de CO2	59
Promociones y postulaciones	27	• Programa EcoLiomont	60
Primer Programa de Formación de Líderes	28	• Premio Amanda Rimoch a la Educación Ambiental	61
Desarrollo de Talento Ejecutivo	29	Manejo de residuos	63
Programa de Educación Continua	29	• Residuos no peligrosos	64
• Clima organizacional	30	• Residuos peligrosos	65
• Conducta ética	31	<b>8. Distintivos, certificaciones y reconocimientos</b>	66
• Salud ocupacional	31	<b>9. Información complementaria</b>	68
Juntos por tu Salud	32	Apego a la legalidad, privacidad y confidencialidad	69
• Ausentismo y accidentes laborales	33	Principios seguidos para la elaboración del Informe	69
• Apoyo a la educación de los hijos	33	Nivel de aplicación de indicadores GRI	71
<b>CASO DE ÉXITO. Liomont, una oportunidad de vida</b>	34	<b>10. Tabla de indicadores GRI</b>	72
Nuestra cadena de valor	35	<b>11. Tabla de Pacto Mundial, Objetivos del Milenio y GRI</b>	84
<b>CASO DE ÉXITO. Responsabilidad social, esfuerzo que se paga solo: Sodexim</b>	37	<b>12. Carta de verificación externa</b>	86
		Capacidad de respuesta	88

# 01 >>

## Alcance del informe



Con el objetivo de cumplir con el principio de comparabilidad, el Reporte Social Liomont 2014 se elaboró siguiendo los lineamientos establecidos en la Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative (GRI) versión G3, obteniendo un nivel de aplicación B+ y atendiendo además los 10 principios del Pacto Mundial de la Organización de las Naciones Unidas (ONU).

Desde hace 8 años se materializa la gestión socialmente responsable de la empresa en un documento de esta naturaleza, su contenido y demás temas relevantes pretenden cubrir los principios de calidad del GRI, entre ellos:

- > Equilibrio
- > Comparabilidad
- > Precisión y claridad
- > Periodicidad de la información
- > Fiabilidad

En la elaboración de esta memoria participó Promotora ACCSE, S.A. de C.V. y no se presentaron limitaciones relevantes que condujeran a una disminución de información relevante o que afectaran la comparabilidad de las cifras y datos compartidos en años previos. Asimismo, tampoco hubo cambios significativos de cobertura, alcance y métodos de valoración.

Todas las cifras económicas están expresadas en pesos mexicanos y las unidades de medida se ven reflejadas claramente cada vez que se ofrece una cifra.

El reporte tiene un nivel de aplicación B+ con base en los principios de la versión G3 del GRI, ya que dicho documento reporta los indicadores necesarios para ese nivel y, en cumplimiento con el principio de fiabilidad, fue verificado externamente por AuditaRSE (Firma Social, S.C.).

**El reporte tiene un nivel de aplicación B+ con base en los principios de la versión G3 del GRI**

# 02

## Mensaje de la Dirección



### Apreciables amigas y amigos:

Me es muy grato presentar nuestro Reporte Social 2014, con la contribución económica, social y ambiental de nuestras operaciones así como los retos y oportunidades de la gran familia Liomont a lo largo de un año que estuvo lleno de cambios y desafíos para la industria farmacéutica en nuestro país.

Atravesamos en México una etapa histórica, de inmensa oportunidad para todos los sectores productivos así como para la inversión que apunte hacia el desarrollo sostenible.

La actividad económica y corporativa que se registra a nivel global no deja duda que vivimos tiempos decisivos en el rumbo que definirá las agendas internacionales de responsabilidad social, incluido México.

Esto da una enorme oportunidad a las empresas para consolidarnos e imprimir nuestro sello personal en el desarrollo nacional. Desde Liomont hacemos patente nuestro compromiso como una empresa sólida y en expansión, que se gestiona con altos estándares de gestión y responsabilidad social, lo que nos ha permitido mantenernos como líderes y digno ejemplo entre la industria farmacéutica mexicana.

Durante 2014 continuamos consolidando nuestras operaciones comerciales en Europa, América Latina y Estados Unidos; en México nos mantenemos como uno de los laboratorios con mayor prescripción médica a nivel nacional, gracias a la profesional y esmerada dedicación de todos quienes colaboran en esta gran empresa.

En Liomont nos preocupamos por el bienestar de la gente, es por ello que tenemos sumo cuidado con la calidad y farmacovigilancia de nuestros productos, atendemos con honestidad y transparencia a toda nuestra cadena de valor y somos muy celosos del desarrollo, salud y seguridad de todas las personas que prestan sus servicios en nuestra empresa. Lo anterior es avalado por diversas certificaciones en buenas prácticas de manufactura, calidad, conducta ética, inclusión y diversidad, así como nuestra recertificación como un excelente lugar para trabajar por el Great Place to Work Institute.

En este Reporte se describen valiosos esfuerzos en esta materia, como nuestra reciente campaña Juntos por tu Salud, con la que promovemos el bienestar de todos nuestros colaboradores como una máxima organizacional.

Para mejorar nuestra gestión ambiental partimos siempre de la visión de mejora continua para reforzar nuestras prácticas ecológicas con un afán de generar ahorros en consumos de materiales, agua y combustibles, además de que continuamos con los programas de reciclaje y disposición adecuada de residuos peligrosos, para fomentar la conciencia ambiental entre nuestros colaboradores.

Como ya se ha hecho parte de nuestra labor, durante 2014 mantuvimos nuestras alianzas con muy buenas causas y organizaciones, como el caso de Unicef en proyectos de educación, salud y derechos de los niños; autoridades de salud en el combate de la amibiasis, y el Pacto Mundial de la ONU en la promoción de una gestión socialmente responsable.

Lanzamos, además, la Cruzada Infantil por un México sin Asma con el objetivo de sensibilizar sobre esta problemática de salud y contribuir en la disminución de su incidencia en una población particularmente vulnerable, como son los niños.

Todo esto es apenas una muestra somera de algunos de los principales compromisos asumidos por nuestra empresa en pro del bienestar colectivo y el desarrollo sustentable del país. Los invito a conocer a detalle nuestra gestión socialmente responsable en las siguientes páginas de este Reporte Social, esperando sea de su interés y utilidad.

Recuerde que, si tiene alguna duda o comentario, puede hacérselo saber a los datos de contacto que aparecen al final del documento. Estaremos muy agradecidos de conocer su opinión.

**Cordialmente,**  
**Ing. Alfredo Rimoch**  
**Director General**  
**Laboratorios Liomont**

# 03 >>

## Cifras clave



### Información general

- » 77 años de trayectoria tiene Laboratorios Liomont
- » 15 países fuera de México ha alcanzado Liomont como parte de su expansión comercial.



### Desempeño económico

- » 75% del valor de nuestras ventas lo obtenemos vía medicamentos de prescripción.
- » 7% se ha ampliado nuestra plantilla laboral entre 2012 y 2014.
- » 540 mujeres integran nuestro personal, así como 633 hombres.
- » 2.12% de tasa de ausentismo laboral registramos en 2014
- » 9 empleados obtuvieron su certificado de secundaria gracias a nuestro Programa de Educación Continua.



### Desempeño social

- » 10 son los Principios Empresariales para los Derechos de la Niñez, promovidos por el Pacto Mundial y a los cuales Liomont se sumó en 2014.
- » 1 millón de niños y niñas fueron impactados por la estrategia de Desarrollo Infantil Temprano, realizada en alianza con Unicef.
- » 5 estudios de investigación clínica apoyamos durante 2014.



### Desempeño medioambiental

- » 6.7 piezas producimos por cada litro de agua consumido, cuando en 2009 el indicador era de 3.5 piezas por litro.
- » 744 toneladas de emisiones directas de CO<sub>2</sub> reportamos en 2014.
- » 684 kilos de papel, tetra pack y cartón recolectamos entre los empleados para su reciclaje.



# 04 >>

## Información general



- >> **100% mexicana**, Liomont es una de las farmacéuticas más importantes del país.
- >> **16o lugar** en valores ocupa Liomont dentro de la industria farmacéutica nacional.
- >> **120 millones** de unidades se producen cada año en la planta de Cuajimalpa.



## » Nuestra empresa

Con una trayectoria de 77 años, Laboratorios Liomont se ha consolidado como una de las empresas 100% mexicanas más importantes del sector farmacéutico; nuestra presencia en el mercado nacional nos convierte en uno de los laboratorios con mayor prescripción en México y el número 18 en valores dentro de la industria del país.

Liomont ha expandido su alcance fuera del territorio mexicano hasta llegar a 14 países más: Bolivia, Colombia, Costa Rica, Chile, Ecuador, El Salvador, España, Estados Unidos, Guatemala, Panamá, Perú, Portugal, República Dominicana y Venezuela.

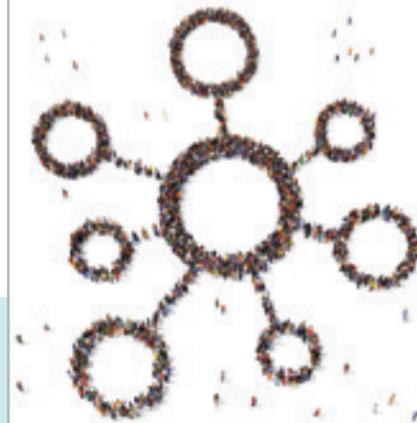
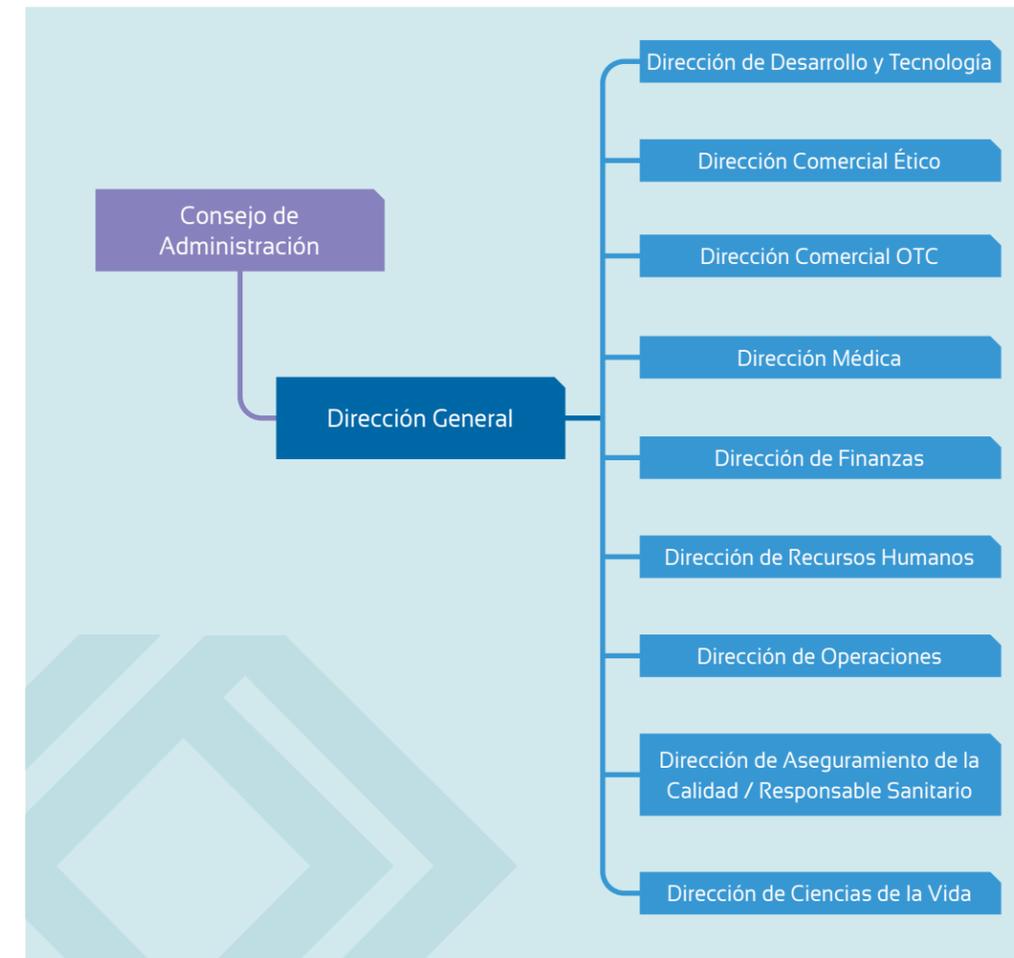
Las inversiones realizadas en infraestructura física colocan nuestras oficinas corporativas de Santa Fe así como las plantas farmacéuticas de Cuajimalpa y la que se construye en Ocoyoacac, Estado de México, entre las más modernas de América Latina.

Nuestra actual planta en Cuajimalpa tiene una capacidad de producción de más de 120 millones de unidades al año, que se distribuyen en sólidos orales: 65.5%, líquidos: 12.4%, inyectables: 9.3%, cremas: 8.2%, polvos: 3.6% y supositorios: 1.0%.



## » Estructura organizacional

Al interior de Liomont damos particular relevancia a la horizontalidad en los procesos corporativos y toma de decisiones. De esa manera, nuestro organigrama parte de un Consejo de Administración que orienta el actuar de la Dirección General, misma que se encarga de establecer las directrices a seguir por las ocho direcciones de área que integran la empresa.



El gobierno corporativo se gestiona a través de protocolos familiares que orientan el actuar de la compañía bajo criterios éticos y socialmente responsables, siempre con la consigna de alcanzar la rentabilidad con principios de sustentabilidad y lograr la satisfacción de las expectativas de todos nuestros grupos de interés.



## » Nuestra filosofía organizacional

Nuestra misión, visión y valores se alinean a nuestro objetivo de trabajar todos juntos para impulsar el desarrollo y la calidad de vida en México.

### Misión:

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

### Visión:

“Hacer de Liomont un sinónimo de calidad y confianza, engrandeciendo a la industria farmacéutica nacional”.

### Valores:

#### > Satisfacción del cliente:

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

#### > Ética:

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

#### > Desarrollo del personal:

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

#### > Mejora continua:

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

#### > Trabajo en equipo:

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

## » Grupos de interés

En Laboratorios Liomont tenemos como prioridad gestionarnos bajo criterios éticos, atendiendo nuestros impactos y buscando la rentabilidad con responsabilidad frente a todos los grupos de interés.

Como parte de un mapeo de los grupos de interés con que nos relacionamos, hemos identificado y dividido en dos niveles a los diferentes actores, de acuerdo con el impacto o influencia mutua que tenemos.

Lo anterior nos ha permitido identificar y establecer compromisos con cada grupo, los cuales hemos asumido de manera institucional tanto en nuestro Código de Ética como en nuestra Política de Responsabilidad Social.

### Primer nivel:

Grupo de interés	Compromisos de responsabilidad social
<b>Socios</b>	Prudencia y responsabilidad en el manejo del negocio así como transparencia y rendición de cuentas objetiva y oportuna.
<b>Colaboradores y representantes médicos</b>	Respeto a la diversidad. Impulso al crecimiento y desarrollo personal y profesional de cada una de las personas que colaboran en la empresa. Cero tolerancia al abuso o maltrato laboral.
<b>Clientes y proveedores</b>	Trato justo, relaciones constructivas de largo plazo y confianza mutua. Transferencia de conocimiento y buenas prácticas para el desarrollo de proveedores.
<b>Médicos</b>	Ética en el servicio, información veraz y oportuna.
<b>Usuarios/pacientes</b>	Atención de sus dudas y problemática con probidad y responsabilidad, farmacovigilancia íntegra para dar cabal cumplimiento a nuestra misión.

### Segundo nivel:

Grupo de interés	Compromisos de responsabilidad social
<b>Gobierno</b>	Contribuir al bien común cumpliendo cabalmente con nuestras obligaciones, respetando la ley en todos los lugares en donde tenemos operaciones y fomentando la cultura cívica. Impulsar y contribuir con políticas públicas de promoción y acceso a la salud.
<b>Organismos reguladores</b>	Cumplir con la normatividad estipulada y contribuir a tener estándares cada vez más altos en materia de salud pública.
<b>Sociedad</b>	Apoyar en el desarrollo justo y equilibrado de todas las localidades en donde tenemos operaciones.

Grupo de interés	Compromisos de responsabilidad social
<b>Organizaciones de la Sociedad Civil</b>	Coadyuvar, en la medida de nuestras posibilidades, en su desarrollo y crecimiento para ir cerrando las brechas de desigualdad que prevalecen en el mundo.
<b>Usuarios/pacientes</b>	Atención de sus dudas y problemática con probidad y responsabilidad, farmacovigilancia íntegra para dar cabal cumplimiento a nuestra misión.
<b>Familia del personal</b>	Promover un entorno de corresponsabilidad entre el bienestar del personal y sus familias haciendo beneficios extensivos cada vez que esto sea factible.
<b>Competencia</b>	Promover la libre competencia en un marco de legalidad y respeto. Inclusive de cooperación para el fortalecimiento del sector y en beneficio de los pacientes.
<b>Organizaciones sectoriales</b>	Contribuir al fortalecimiento del sector farmacéutico mediante la defensa legítima de los intereses de la industria mediante cauces institucionales de respeto y promoción.

Convencidos de que la interacción exitosa con cada uno de nuestros grupos de interés es parte de una gestión socialmente responsable, ésta cuenta con el respaldo de más alto nivel en la organización al ser asumida e impulsada desde la Dirección General, derivando su trabajo entre los integrantes del Comité de Responsabilidad Social.

Ellos son quienes se encargan de comunicarla y promoverla al interior y exterior del negocio, para lo cual cuentan siempre con el apoyo de Fundación Liomont, A.C.

### Materialidad

En un intento de elevar el rigor de nuestro informe social y anticiparnos al próximo año, cuando se exija como obligatoria la versión G4 de GRI, comenzamos a ampliar la comunicación y cercanía con nuestros grupos de interés de primer nivel, en particular con los colaboradores.

Esto nos permitió identificar de manera más puntual las expectativas que tienen de la compañía y establecer los primeros asuntos relevantes que integrarán un estudio de materialidad más completo.

Los resultados de la encuesta de clima laboral nos permitieron identificar que un asunto que ocupa la atención de nuestros colaboradores es la necesidad de capacitación y formación en liderazgo y competencias.

Es por ello que, en conjunto con Great Place to Work, creamos un programa enfocado a desarrollar y fortalecer las habilidades de los primeros niveles de mando, para ayudarlos a ser mejores jefes y crear mejores lugares de trabajo. El detalle del programa y sus resultados se explica más adelante.

El desarrollo personal es otro asunto relevante para nuestros colaboradores. En este sentido desarrollamos, en conjunto con la Universidad Tec Milenio, una iniciativa de apoyo a la formación académica del personal para obtener el certificado de bachillerato a través del examen único Ceneval.

El primer grupo beneficiado permitió que cinco empleados consiguieran su certificado de estudios, mientras que seis más se encuentran en espera de resultados. Para la segunda generación, correspondiente a 2015, se inscribieron 19 personas.

Otro asunto que nuestros colaboradores esperan de la compañía es que impulse y mejore su calidad de vida, por lo que diseñamos una campaña interna alineada a nuestro negocio. Juntos por tu Salud, el nombre de esta iniciativa, consiste en promover una cultura de prevención en salud para reducir las enfermedades, mediante cambios en los hábitos alimenticios y un estilo de vida saludable.

Esta campaña también prevé una línea de acción a nivel externo, es decir, que no sólo alcance a nuestros empleados sino a sus familias y a nuestros clientes. Este esfuerzo, que se estará reportando en el informe 2015, atiende y se alinea a otro asunto relevante identificado como parte de este análisis: el marketing responsable.

Entre los comentarios realizados por el personal destacaron la preocupación por agilizar algunos procesos internos, el envío de información en tiempo y forma, la comunicación oportuna y la disminución de reportes en papel.

Atendiendo todo esto se lanzó en la página de intranet la sección de servicios de Recursos Humanos, a través de la cual se pueden solicitar vacaciones vía electrónica, se emiten recibos de pago, se responden encuestas, etc.

Aunado a todo ello, las encuestas internas de seguridad laboral que realizamos durante 2014 nos permitieron identificar que la calidad en el servicio ocupa un lugar prioritario para nuestros colaboradores; así, nos encontramos realizando un análisis de las correcciones necesarias en plantas y procesos de producción, para detonar las mejoras que hagan falta.

De manera adicional, se concluyó que el tema de gobierno corporativo, aunque ha sido una preocupación constante para los altos mandos de la organización, no representa un tema relevante dado que se trata de una empresa familiar.

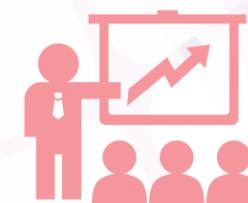


# 05 >>

## Nuestro desempeño económico



- > 40.800 millones de unidades facturó Liomont durante 2014.
- > 38% es la participación del gobierno en nuestras ventas por segmento de mercado.
- > 27,145 llamadas procesamos en nuestro call center durante 2014.
- > 91% de cumplimiento obtuvimos en el Modelo e Equidad de Género
- > 940 personas fueron capacitadas en alguno de los 235 cursos que dimos en 2014.
- > 110 apoyos educativos otorgamos a los hijos de nuestros empleados en ese año

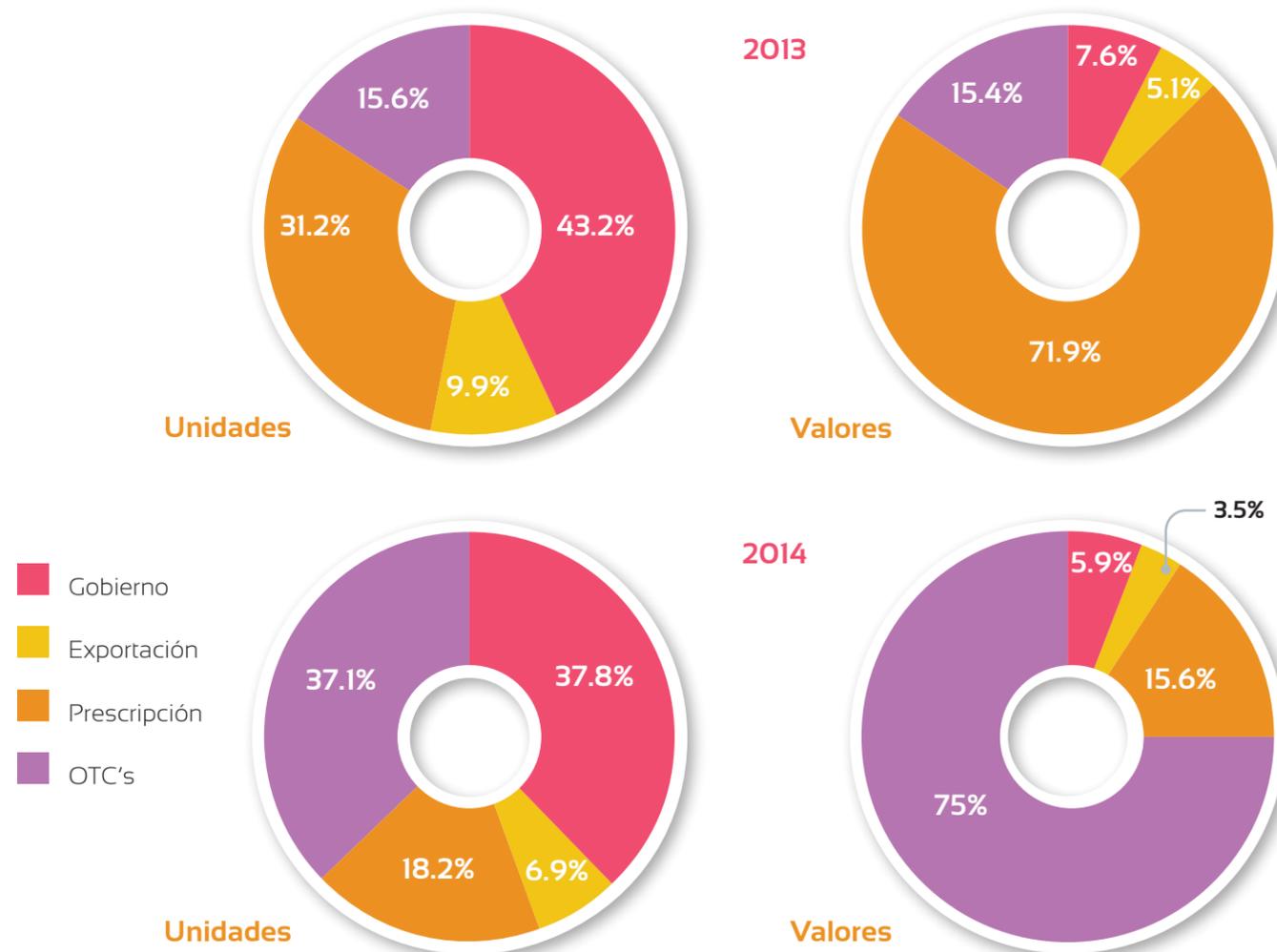


## » Ventas

Liomont ha consolidado un constante crecimiento en los últimos años y eso se refleja en el incremento progresivo de sus ventas, lo que habla de una clara expansión de sus mercados. Durante 2014, las ventas de la compañía mostraron una tendencia a la alza de 9%, contra el 6.5% registrado el año previo.

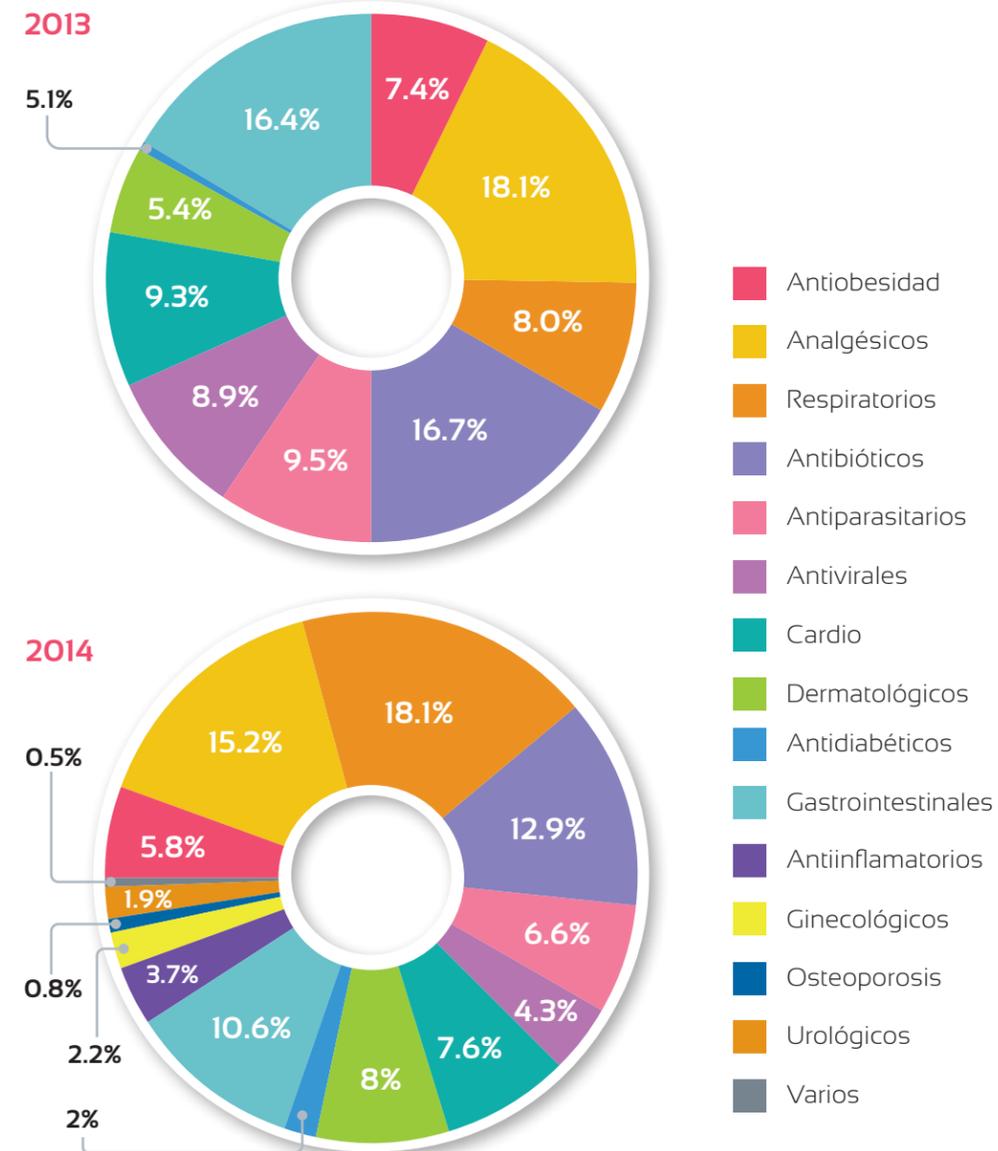
Año	Unidades facturadas	Crecimiento frente al año anterior
2013	40.867 millones	6.5%
2014	44.537 (9%=3.67) YO SAQUÉ	9%

### Porcentaje de ventas por segmento de mercado



## » Líneas terapéuticas

El portafolio de productos con que contamos en Liomont nos permite ofrecer una variedad de líneas terapéuticas que abarcan un mercado diversificado, lo cual ha sido clave en el crecimiento de la empresa y continuamos asumiendo como una tendencia a seguir.



La confianza que hemos obtenido por parte de los médicos nos permitió mantenernos durante 2014 como uno de los laboratorios con mayor prescripción en México, lo que es reflejo de la experiencia que nos respalda y la confianza que hemos obtenido entre los médicos.



## » Nuestros productos

La diversificada gama de productos con que contamos en Liomont abarca sólidos orales (tabletas y cápsulas), líquidos orales (suspensiones, gotas y jarabes) cremas, inyectables, liofilizados, talcos y granulados, todos ellos se dividen en medicamentos de prescripción o de libre acceso.

### Nuestros medicamentos éticos o de prescripción son los siguientes:

Acloral	Antiulceroso
Anglopen	Antibiótico penicilínico
Antagon 1	Antihistamínico
Biosint	Antibiótico cefalosporínico
Cardipril	Antihipertensivo
Cefa-3	Antibiótico cefalosporínico
Ceftrianol	Antibiótico cefalosporínico
Cicloferon Etico	Antiviral
Cimetase	Antiulceroso
Conazol Etico	Antimicótico
Daflofen	Antiinflamatorio
Ectaprim	Antibiótico
Espasmotex	Analgésico Antiespasmódico
Evocs III	Antibiótico quionolona
Farmotex	Antiulceroso
Fazique	Andiabético
Flagenase	Amebicida
Flogosan	Antirreumático
Fosfonat	Osteoporosis / Osteopenia
Inhibitron	Antiulceroso IBP
Kinestase	Procinético
Locoid	Dermatitis Atópica
Lodestar	Antihipertensivo
Lodestar Zid	Antihipertensivo más diurético
Macrozit	Antibiótico
Microrgan	Antibiótico quionolona
Mucoflux	Expectorante Antiasmático
Mucovibrol	Expectorante
Mycelvan	Antimicótico
Paramix	Amebicida



Prazolan	Antiulceroso IBP
Presone	Antihipertensivo
Pulsar At	Hipocolesterlolomiantes
Quimara-1	Inmunosupresor
Radiance	Anticonceptivo
Redustat	Antiobesidad
Sensibit	Antihistamínico
Slender	Antiobesidad
Slender-Duet	Antiobesidad
Supradol	Analgésico
Taliazina	Antidiarréico
Thoreva	Hipocolesterlolomiantes
Tusigen	Antitusivo
Velmetia	Andiabético
Vesicare	Vejiga Hiperactiva
Zolnic	Osteoporosis / Osteopenia
Zondra	Osteoporosis / Osteopenia
Zlnolox	Antibiótico quinolona

### Entre los OTC's o de libre acceso están:

Analgen	Analgésico
Asa	Analgésico / Cardiprotector
Broncomed	Antitusivo
Candiflux	Antimicótico Vaginal
Cicloferon	Antiviral (Herpes labial)
Cicloferon XTRM	Antiviral (Herpes labial)
Conazol	Antimicótico tópico (pie de Atleta)
Decrip	Antigripal
Facidex	Antiácido
Facidmol	Antiácido / Antidiarréico
Inhibitron	Antiácido
L-Ombrix	Antiparasitario
Minofen	Analgésico
Mycelvan	Antimicótico tópico (pie de Atleta)
Nedento	Enjuague bucal
Sensibit D Nf	Antigripal



## ➤ Mercado internacional

En Liomont trabajamos para consolidar nuestra presencia internacional y diversificar nuestra participación en los diferentes mercados nacionales, para alcanzar una composición cada vez más equilibrada a nivel internacional.

Durante 2014, apuesta por Nuestra presencia internacional se consolida día con día, en 2014 la empresa logró posicionarse en 14 países y diversificar su penetración con una composición cada vez más equilibrada.

La participación y evolución que ha tenido cada país en el mercado exportador de Liomont durante los últimos tres años se explica en el siguiente cuadro:

País	2012	2013	2014
Panamá	15.3%	10.2%	14.7%
República Dominicana	4.8%	4.4%	6.4%
Guatemala	2.2%	3.1%	4.4%
El Salvador	1.3%	1.7%	3.7%
Estados Unidos	2.7%	5.3%	11.7%
Costa Rica	0.0%	0.2%	0%
Venezuela	57.0%	50.8%	31.6%
Colombia	9.2%	7.1%	6.6%
Ecuador	1.8%	2.1%	1.1%
Perú	2.8%	1.7%	0%
Bolivia	0.7%	0.7%	0.6%
Chile	2.2%	1.9%	3.6%
Portugal	-	10.9%	11.5%
España	-	-	2.3%
Italia	-	-	1.8%

## ➤ Satisfacción del cliente

En Liomont estamos convencidos de que nuestros clientes son nuestra principal razón de ser; por ello buscamos atender y cumplir sus expectativas, de acuerdo con los diferentes grupos en que se ubican:

- > Clientes mayoristas, distribuidores de medicamentos y gobierno
- > Clientes minoristas y farmacias
- > Médicos
- > Pacientes

Para cada grupo hemos diseñado canales de atención específicos. Por ejemplo, nuestra área de ventas a nivel nacional atiende a los clientes mayoristas, de gobierno y minoristas; nuestros representantes de ventas mantienen comunicación constante con los médicos, para mantenerlos actualizados de las novedades de la empresa, mientras que el área de farmacovigilancia brinda atención directa a nuestros pacientes en México y el extranjero.

### Evaluaciones del servicio

**a) Encuestas de servicio al cliente:** De manera periódica y tanto a nivel interno como externo, medimos la satisfacción de nuestros clientes y mayoristas. Durante 2014, nuestras encuestas de satisfacción al cliente nos permitieron analizar la atención brindada tanto a los médicos como a nuestros clientes, en particular distribuidores, en México y en el extranjero.

De acuerdo con los resultados, el servicio que se les brinda es adecuado y cumple sus expectativas, además de que ha ido mejorando en puntuación en los últimos tres años.

Encuesta de satisfacción al cliente						
	2012		2013		2014	
Internacional						
Calificación promedio total (10 reactivos)	95	MB	96	MB	96	MB
México						
Calificación promedio total (10 reactivos)	88	B	91	MB	96	MB



**b) Encuestas de servicio a grupo de especialistas:** Este grupo evalúa el nivel de satisfacción referente al servicio comercial que les brindamos a través de nuestra fuerza promocional. ¿Tenemos resultados de 2013 y 2014 que permitan realizar comparativo?

**c) Call center:** Las llamadas procesadas en nuestro call center han registrado una caída constante además de mantener una proporción mucho mayor en las de salida que en las de entrada.

Año	Llamadas procesadas	Llamadas de entrada	Llamadas de salida	Variación respecto al año anterior
2012	56,083	10,95 (18%)	45,988 (82%)	16.36%
2013	31,118	5,601 (18%)	25,517 (82%)	-44.52%
2014	27,145	5,682 (20.9%)	21,463 (79.1%)	-12.7%



## ➤ Nuestra gente

La estabilidad laboral es una máxima organizacional en Liomont, por ello siempre hemos procurado conservar y ampliar nuestra plantilla laboral con el ánimo de brindar un espacio en donde la gente trabaje y se desarrolle alcanzando su máximo potencial. En congruencia con esa filosofía, nuestro personal se ha incrementado de manera constante en los últimos tres años, tan sólo de 2012 a 2014 la plantilla laboral se amplió más de 7%, lo cual es reflejo de la dinámica de desarrollo que la empresa ha consolidado.

Tipo de Contrato	2012	2013	2014
Directo	1,139	1,151	1173
Indirecto	241	284	304
<b>Totales</b>	<b>1,380</b>	<b>1,435</b>	<b>1477</b>

Durante el año que se reporta registramos un índice de rotación de personal de 8.34 por ciento. ¿Puede ampliarse información que permita entender por qué subió el índice respecto de 5.85% del 2013? Quizá el cambio de oficinas influyó y generalmente en esos procesos se dan tasas de rotación mayores, etc...





## Igualdad de oportunidades

En línea con nuestra política de igualdad de oportunidades, reafirmamos el compromiso de institucionalizar políticas de equidad de género y propiciar la igualdad para hombres y mujeres en el acceso al empleo, condiciones de trabajo, desarrollo profesional, capacitación y participación en los procesos de toma de decisiones.

En los últimos tres años, la distribución de nuestra plantilla laboral por sexo ha registrado la siguiente evolución:

Tipo de Contrato	2012	2013	2014
Mujeres	525	534	540
Hombres	614	627	633

Al cierre de 2014, podemos observar, 46% de nuestra plantilla laboral correspondía a personal femenino, lo que nos indica que prácticamente en todos los niveles jerárquicos existe una igualdad de género; la gran mayoría del personal que labora en la planta productiva es mujer y, de igual forma, el equipo gerencial de primer y segundo nivel se encuentra equilibrado entre hombres y mujeres.

Durante 2014 mantuvimos la recertificación del Modelo de Equidad de Género (MEG), obtenida por dos años luego del proceso de autoría realizado en noviembre de 2013 por la empresa Bas International Certification Co. (Basicco). En el reporte 2013 hablan de esta recertificación por dos años, entonces asumo que en 2014 se mantuvo, favor de confirmar que esta información sea correcta y se esté explicando tal cual es.

Dicha auditoría de recertificación tuvo como objetivo revisar nuestro sistema de gestión del MEG y verificar el cumplimiento con la nueva versión del MEG:2012; se trató de una revisión minuciosa de las evidencias documentales de cada uno de los requisitos que pide esa norma, del Instituto Nacional de las Mujeres (Inmujeres).

Las evidencias mostradas fueron el resultado de las acciones que llevamos a cabo en este ámbito y nos permitieron alcanzar un resultado muy positivo, ya que obtuvimos 91% de cumplimiento de los requisitos del modelo (en una escala de 1 a 100) y logramos la recertificación por dos años en el MEG.

## Formación y desarrollo

Para Liomont, la capacitación y desarrollo de talento del personal es una condición necesaria para el logro de las metas proyectadas, lo que nos exige poner un énfasis particular en la formación de nuestros colaboradores, con base en la detección de necesidades de capacitación y evaluación del desempeño.

## Capacitación

Durante 2014, maximizamos la eficiencia de nuestros procesos de capacitación, al alcanzar a 44% más personas que en 2013, destinando una cantidad de recursos 37% menor.

### Comparativo de capacitación

	2012	2013	2014
Inversión	\$2,328,962	\$2,871,806	\$1,822,299
Horas	15,791	18,185	14,716
Número de cursos	192	209	235
Personas capacitadas	623	652	940

### Capacitación por nivel organizacional

A lo largo de los últimos años hemos enfocado nuestros esfuerzos de capacitación en la formación de líderes, tanto a niveles gerenciales como directivos. Durante 2014, este énfasis se consolidó, incrementando el número de personas capacitadas desde nivel directivo hasta coordinaciones.

La formación del personal administrativo y de ventas registró también un aumento, que en este caso fue de más del doble respecto de 2013.

	2012	2013	2014
Direcciones	9	9	10
Gerencias	55	56	64
Jefaturas, Supervisiones y Coordinaciones	49	46	51
Administración y Ventas	249	182	471
Personal Operativo	261	359	344
<b>Total</b>	<b>623</b>	<b>652</b>	<b>940</b>

### Promociones y postulaciones

En Liomont estamos comprometidos con facilitar el desarrollo y crecimiento de nuestro talento. En caso de puestos vacantes, tomamos en cuenta las postulaciones del personal que ya forma parte de la empresa y evaluamos su desempeño para tomar la mejor decisión en cuanto al perfil requerido.



Así, durante 2014 un total de 26 personas fueron promovidas a cargos de mayor responsabilidad y liderazgo, en congruencia con su experiencia acumulada en la empresa.

Estos procesos de evaluación no son discriminatorios se rigen por la igualdad de oportunidades. Muestra de ello son los casos de colaboradores que entran como becarios y llegan a alcanzar, entre 2 y 6 años, puestos como jefes de grupo, coordinadores o gerentes.

#### Primer Programa de Formación de Líderes

Atendiendo la necesidad de desarrollar y fortalecer las habilidades de los primeros niveles de mando de nuestra organización, con el objetivo de ayudarlos a ser mejores jefes y crear así lugares de trabajo más armónicos para todo el personal, desarrollamos el Primer Programa de Formación de Líderes durante 2014.

El programa, creado en conjunto con Great Place to Work, fortalece habilidades interpersonales, culturales y de gestión que mejoran el diálogo, manejo del conflicto, generación de confianza y logro de acuerdos, entre otras.

Las competencias a desarrollar se describen en nuestro Diccionario de Competencias Liomont:

Diccionario de Competencias Liomont	
Competencia	Descripción
<b>Liderazgo</b>	Guiar al grupo en la realización de una tarea, estructurándola, dirigiéndola y delegando responsabilidades para la consecución de la misma: Habilidad para motivar, capacitar, retroalimentar y desarrollar a sus colaboradores con el fin de conseguir los objetivos fijados.
<b>Planeación y organización</b>	Capacidad para definir prioridades, determinar los planes de acción necesarios para alcanzar los objetivos fijados; distribuir los recursos; y establecer las medidas oportunas de control y seguimiento.
<b>Iniciativa</b>	Auto motivación para hacer más de lo que se espera o requiere en un trabajo, anticiparse a los contratiempos o eventos críticos, mejorar el desempeño laboral, evitar problemas o encontrar/crear nuevas oportunidades. Influir para que se alcancen o superen las metas.
<b>Trabajo en equipo</b>	Trabajar, abierta, amable y cooperativamente con otras personas, facilitando los procesos en grupo. Disposición para participar como miembro totalmente integrado en un equipo. Promueve la labor conjunta del personal a fin de lograr un resultado predefinido.
<b>Decisión</b>	Tomar decisiones rápidamente y emitir juicios aunque puedan ser difíciles o poco populares
<b>Negociación</b>	Identificar las posiciones propia y ajena en una negociación, alcanzando acuerdos satisfactorios para ambas partes.
<b>Comunicación</b>	Informar clara y concisamente, obtener información de personas de distintos niveles, formación o intereses. Expresar claramente la información, tanto de forma oral como escrita.
<b>Conocimiento técnico y profesional</b>	Escolaridad y/o experiencia aplicada para el desempeño de sus funciones, incluye todos aquellos conocimientos como técnicas, instrumentos, normas, etc. que tengan que ver con la actividad principal de su función.
<b>Confidencialidad</b>	Capacidad de manejo y protección de la información corporativa confidencial.

#### Programa de Desarrollo de Talento Ejecutivo

Aunado al fortalecimiento del liderazgo de los primeros mandos de la compañía, Liomont tiene el compromiso de impulsar el desarrollo de gerentes y directores, para incrementar la comunicación y confianza entre los equipos y generar mecanismos que coadyuven a la mejor coordinación entre las áreas.

Con ese objetivo se continuó el Programa de Desarrollo de Talento Ejecutivo (DTE), que en 2014 alcanzó su segunda generación beneficiada con temas como: sensibilización al cambio, competencias conversacionales, coordinación de acciones, liderazgo situacional, inteligencia emocional y gestión del desempeño.

Durante 2014, 21 personas integraron la tercera generación de este programa, el cual arrancó en 2012 con un impacto en 61 beneficiados desde ese año.

#### Programa de Educación Continua

Otra acción de impulso al desarrollo de nuestro personal enmarcada en nuestro compromiso con el rezago educativo es el Programa de Educación Continua, que surgió en 2013 para permitir que los colaboradores concluyan su educación básica, es decir primaria y secundaria, a través de asesorías brindadas por el Instituto Nacional para la Educación de los Adultos (INEA).

Gracias a este esfuerzo, Liomont permitió durante 2014 que 9 empleados obtuvieran su certificado de secundaria y uno más el de primaria.

En continuidad con este impulso, durante el año que se reporta la empresa desarrolló un programa para que los colaboradores concluyeran sus estudios de nivel bachillerato, mediante el examen único del Centro Nacional de Evaluación para la Educación Superior (Ceneval).

Esta acción cuenta con el diseño y respaldo académico de la Universidad Tec Milenio, que es parte de sistema del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM).



## Clima organizacional

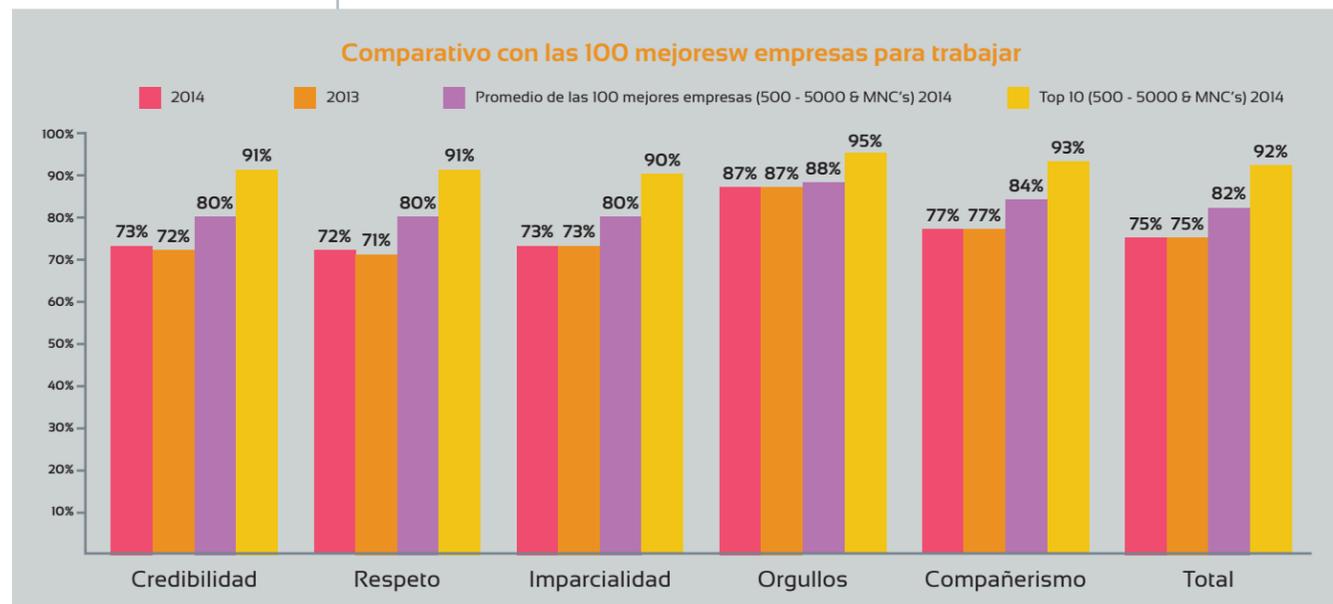
Al interior de Liomont, el sentido de pertenencia de nuestros empleados es mayúsculo y lo asumimos como una de las fortalezas que nos permite alcanzar nuestros objetivos planteados.

Prueba de ello es que la empresa ha conseguido durante los últimos tres años la certificación como un gran lugar para trabajar, otorgada por Great Place To Work Institute (GPTW). Esto nos llena de satisfacción pues significa que cumplimos nuestro objetivo de brindar condiciones de bienestar y desarrollo profesional a todos nuestros colaboradores, sin distinción de ninguna índole.

Desde su fundación en 1938, en Liomont rechazamos categóricamente el trabajo infantil en todas sus expresiones y evitamos cualquier tipo de discriminación en el empleo y la ocupación por razones de raza, nacionalidad, sexo, edad, creencias religiosas o políticas o por estrato social.

La certificación de GPTW se obtuvo a partir de la Encuesta de Clima Organizacional, la cual respondemos todos, por lo que el criterio para recibir ese distintivo es definido por nosotros mismos. Las dimensiones evaluadas son: credibilidad, respeto, imparcialidad, orgullo y camaradería, alcanzando un puntaje total de 75% y demostrando así las buenas prácticas de Recursos Humanos que prevalecen al interior de la empresa.

Las categorías mejor evaluadas por nuestro personal fueron orgullo, con 87% y compañerismo, con 77%, mientras que en credibilidad e imparcialidad obtuvimos 73% y en respeto, 72 por ciento. En todas las categorías nos mantuvimos igual o por encima de los niveles alcanzados en 2013.



## Conducta ética

La ética es esencial para el desarrollo de nuestra empresa y el cumplimiento de cualquiera de nuestras metas de manera sustentable; por ello enfocamos esfuerzos en dar a conocer nuestros valores y filosofía organizacionales entre los colaboradores al tiempo que les brindamos canales adecuados y suficientes para denunciar cualquier conducta contraria al Código de Ética.

Estas denuncias pueden ser por conductas en detrimento de la empresa o de su imagen y reputación o bien por acciones contrarias a la dignidad de alguna persona en particular.

Las denuncias por actos violatorios o contrarios a nuestro Código de Ética registraron una notoria disminución, al sólo darse tres casos durante el periodo que se reporta.

2011	2012	2013	2014
12	14	15	3

## Salud ocupacional

En congruencia con nuestra línea de negocio, Laboratorios Liomont pone en lo alto la salud de sus colaboradores y promueve acciones y campañas que mejoren el bienestar físico del personal.

Periódicamente se llevan a cabo consultas médicas, exámenes preventivos y de agudeza visual, además de otorgar apoyos para compra de lentes. Durante 2014 se registraron los siguientes números:

	2011	2012	2013	2014
Consultas Médicas a Trabajadores	1,109	1,125	1,258	1,462
Exámenes Médicos Preventivos	416	412	416	420
Apoyo para compra de lentes	65	66	60	52





### Juntos por tu Salud

Luego de haber sido retomada en octubre de 2013, la campaña Juntos por tu Salud continuó y se fortaleció en 2014, con el objetivo de promover la cultura de prevención de enfermedades y mejorar la calidad de vida del personal, a través de cambios de hábitos alimenticios y de un estilo de vida saludable.

Entre el 15 de octubre y el 28 de noviembre de 2014 se llevaron a cabo acciones de vacunación tanto en el nuevo corporativo de Santa Fe, donde se aplicaron 57 vacunas, como en la planta de Cuajimalpa, donde se administraron 185, dando un total de 242.

El tipo y número de vacunas aplicadas se detallan a continuación:

Tipo de vacuna	Sitio Sabta Fe	Sitio Cuajimalpa
Influenza	52	153
Neumococo	0	9
Tétanos, primera dosis	0	5
Tétanos, segunda dosis	5	2
Tétanos, refuerzo	0	16
<b>Total</b>	<b>242</b>	

Para 2015, Juntos por tu Salud prevé la realización de las siguientes actividades, en ambos sitios de trabajo:

- Toma de muestras de sangre y orina con la finalidad de conocer los niveles de colesterol, triglicéridos y glucosa, para tener un panorama más amplio del estado de salud del personal y definir acciones a realizar para mejorar su estado de salud.
- Pláticas nutricionales impartidas por expertos en el cuidado de la salud con la intención de sensibilizar a los asistentes sobre los riesgos a la salud que conllevan los malos hábitos de alimentación y la falta de actividad física.
- Consultas nutricionales personalizadas para diseñar planes de alimentación de acuerdo a las necesidades de cada colaborador, así como a través de un call center donde el personal puede solicitar asesoría vía telefónica sobre nutrición.
- Campaña permanente de actividades físicas en forma de dinámicas como el "Reto Saludable" y "La huella de la salud", que buscan inculcar en todos los miembros del personal la importancia de la actividad física como parte de su rutina diaria, con miras a alca

### Ausentismo y accidentes laborales

Durante 2014 registramos una tasa de ausentismo laboral de 2.12%, la cual nos comprometemos a mantener en niveles similares fortaleciendo nuestras campañas preventivas de salud ocupacional y bienestar del personal.

	2011	2012	2013	2014
Índice de ausentismo	2.35%	2.05%	1.82%	2.12%

En materia de accidentes laborales, hemos mantenido una tendencia a la baja durante los últimos cuatro años al reducir 13% el número total de accidentes entre 2011 y 2014.

Accidentes	2011	2012	2013	2014
En la Fuerza de Ventas	25	21	17	16
Oficinas	0	4	2	5
Planta	7	6	12	6
<b>Total</b>	<b>32</b>	<b>31</b>	<b>31</b>	<b>27</b>

### Apoyos a la educación de los hijos

De la misma manera en que impulsamos el desarrollo educativo del personal, en Liomont nos preocupamos por apoyar el esfuerzo escolar de los hijos de nuestros empleados. Desde hace varios años brindamos una ayuda económica acompañada de un reconocimiento público a las hijas e hijos de nuestros colaboradores que alcanzan un promedio mínimo de 9.

Este esfuerzo de Liomont por recompensar el mérito académico de excelencia obedece a nuestro compromiso con la educación, como una de las formas que tiene la sociedad para progresar y alcanzar un mejor desarrollo en el futuro.

En 2014 los apoyos otorgados fueron levemente superiores a los del año previo; el comparativo por niveles escolares se muestra en la siguiente tabla:

Nivel escolar	2013	2014
Primaria	74	68
Secundaria	22	28
Bachillerato	12	14
Licenciatura	1	-
<b>Total</b>	<b>109</b>	<b>110</b>



## CASO DE ÉXITO

### Liomont, una oportunidad de vida

Para Mario Galván, representante de ventas en Liomont, la empresa ha significado la oportunidad para mejorar su calidad de vida y la de su familia.

Tenaz, persistente y con un espíritu de lucha que se refleja en su labor, recuerda que fue en 1986 cuando ingresó a Liomont.

*“Yo estudiaba y trabajaba al mismo tiempo, en una empresa pequeña llamada Laboratorios Azteca. Un gerente de distrito de Liomont me vio trabajar y me ofreció una entrevista; fui y de inmediato me integré a la capacitación de tres semanas. Me asignaron zona y comencé mi carrera en la empresa. En ese entonces las oficinas estaban en José Ma. Olloqui, en la colonia Del Valle, y éramos como 18 representantes en todo el Distrito Federal”.*

A lo largo de este tiempo, Mario ha sido testigo del crecimiento de la empresa.

*“Primero la venta se hacía a mano, es decir, venta directa y sacábamos pedido. A veces entregábamos nosotros o directamente la empresa; vendíamos y cobrábamos. También teníamos una cuota por zona, que en aquél tiempo era muy baja. Luego fue creciendo la empresa y se contrataron más representantes, más gerentes, más secretarías, más gente. Gracias a ello muchos tuvimos la oportunidad de trabajar, aun cuando la época era difícil, en una compañía que proporcionaba desarrollo y estabilidad, sin decir que se trata de una empresa mexicana”.*

Para Mario, Laboratorios Liomont tiene un sello particular: *“Una calidad humana grandísima. Es gente que se preocupa por la gente; los jefes se preocupan porque cada uno de los puestos esté bien y permita que mejoren nuestras familias. Lo ven a uno como ser humano, como un trabajador productivo, no como un número como pasa en otros lados”.*

Orgullosa, comparte los logros y satisfacciones obtenidos como parte de la Gran Familia Liomont.

*“Entre mis mayores satisfacciones en Liomont está el hecho de haber podido darles carrera a mis dos hijos e incluso haberlos podido apoyar también con carro, porque cada cuatro años la empresa nos da un auto para liberarlo y facilidades para adquirirlo y así yo les he dado una responsabilidad a ellos. Mi empleo en Liomont me ha permitido a mí y a mi familia tener una mejor calidad de vida, construir mi casa, todo esto le da estabilidad a la familia”.*

Como Mario, en Liomont se desempeñan colaboradores que tienen 35 o 40 años en la empresa. Lo extraordinario, dice, es que “no quieren irse. Eso es sorprendente porque habla de que están muy contentos, como yo, de colaborar en una empresa mexicana, donde los ejecutivos se preocupan por su gente”.

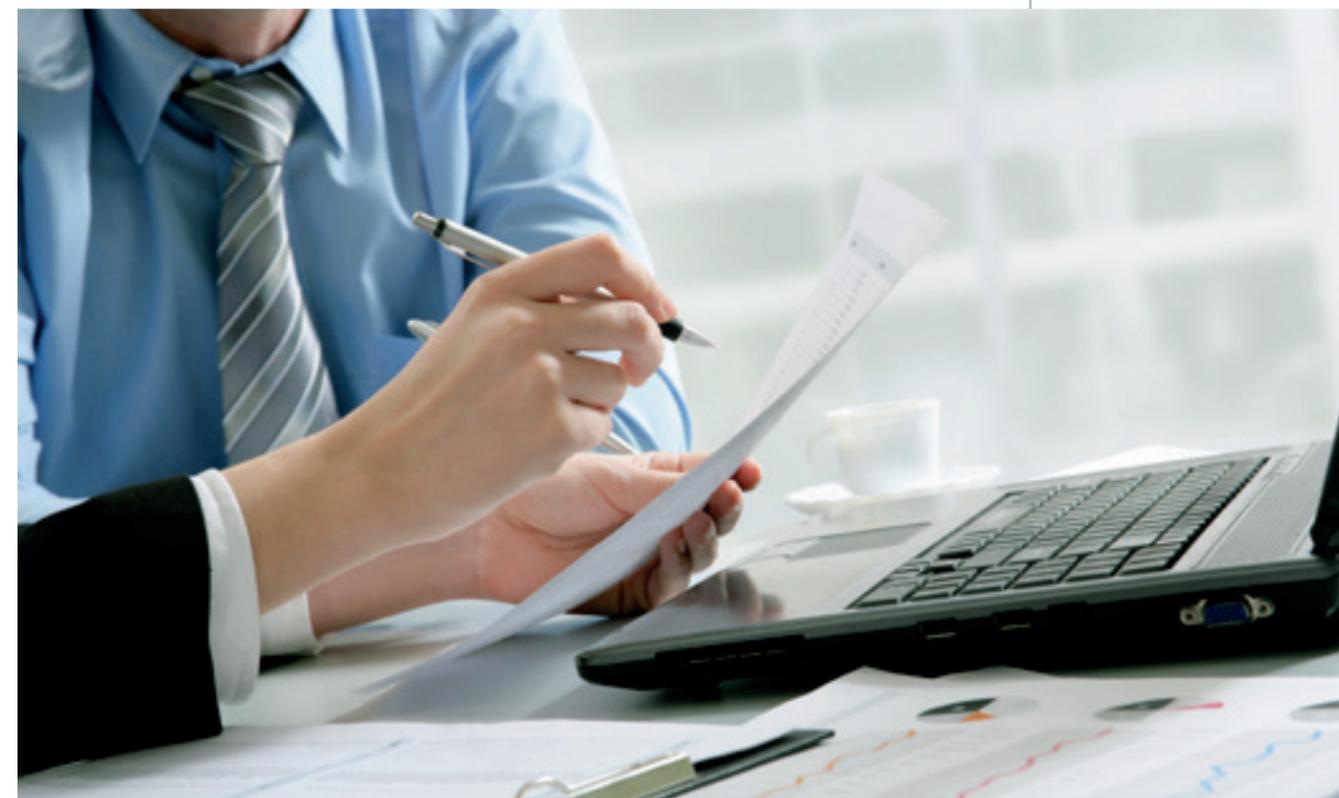
## Nuestra Cadena de Valor

Nuestros proveedores, distribuidores y contratistas son pieza fundamental en todo el proceso de generación y distribución de bienestar económico y social al que aspiramos, por esa razón ponemos especial atención en mantener con todos ellos un vínculo basado en la equidad, el respeto y el cumplimiento oportuno de las obligaciones contractuales.

Los criterios de selección con que operamos toman en cuenta la calidad de los productos y servicios, la relación calidad/precio, infraestructura, reconocimiento en el mercado, historial de la calidad en el servicio prestado así como la integridad de sus prácticas empresariales.

De manera cotidiana llevamos a cabo evaluaciones a nuestros proveedores bajo los siguientes criterios:

- Análisis del material solicitado mediante la revisión de los certificados vigentes para cada producto.
- Evaluación por el área de Desarrollo y Tecnología con el objetivo de determinar si el producto solicitado cumple con la expectativa de Liomont en cuanto a funcionalidad, materiales y estabilidad.





- Evaluación por el área de Aseguramiento de Calidad para supervisar el cumplimiento de los parámetros establecidos en el sistema de gestión de la calidad para cada categoría.
- Evaluación por el área de Compras para identificar niveles de oportunidad en la entrega así como cumplimiento de las especificaciones requeridas. En dichas evaluaciones también se realizan inspecciones *in situ* para supervisar la infraestructura de cada proveedor con el objetivo de determinar su capacidad instalada.
- Auditorías por muestreo y/o pertinencia para minimizar riesgos al corroborar la calidad de los productos y su manufactura.

En Laboratorios Liomont entendemos que tener proveedores confiables repercute en la calidad de nuestros productos así como en la confianza de nuestros clientes y consumidores, por lo tanto, además de las evaluaciones descritas, llevamos a cabo un programa de desarrollo de proveedores con el que realizamos revisiones anuales, capacitación de su personal y actualización en algunos procesos de fabricación.

En los últimos años, el número de proveedores certificados, tanto de manufactura como de servicios, se ha comportado de la siguiente manera:

	2011	2012	2013	2014
Manufactura	137	151	126	133
Servicios	145	160	160	178
<b>Total</b>	<b>282</b>	<b>311</b>	<b>286</b>	<b>311</b>

Durante 2014, el número total de proveedores de la compañía fue de 1,327.

Cada año, apoyamos a uno de nuestros proveedores para el desarrollo y fortalecimiento de sus prácticas de responsabilidad social, al incluirlo en el programa de Cadena de Valor del Distintivo ESR. En 2014, Sodexim fue la empresa que se vio beneficiada con esta postulación, por segundo año consecutivo.

Como una acción más dentro de nuestra cadena de valor, y en línea con el fomento de nuestra responsabilidad social, Liomont incluye una cláusula vinculante de ética empresarial y prácticas anticorrupción en cada contrato nacional o internacional que firma con proveedores, distribuidores, contratistas o clientes.

## CASO DE ÉXITO

### Responsabilidad social, esfuerzo que se paga solo: Sodexim

Obtener el Distintivo Empresa Socialmente Responsable (ESR) ha dado un nuevo impulso al negocio de Perfumes Sodexim, proveedor que Liomont incluyó en su programa de Cadena de Valor ante el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi) en 2013.

*“En estos últimos dos años, cuando visitamos a un posible cliente observamos que le causa una impresión positiva saber que somos una empresa socialmente responsable”,* comenta Blanca E. Mayoral, gerente de Administración y Finanzas de Perfumes Sodexim.

Aunque es difícil determinar si la obtención de nuevos contratos por parte de Sodexim se debe a que cuentan con el Distintivo ESR, Blanca considera que este hecho sí ha jugado en su favor.

*“Sí es una realidad que hemos crecido en imagen y reconocimiento y que de dos años a la fecha contamos con clientes de prestigio que antes no teníamos”,* asegura.

Para poder crecer, sugiere Blanca, una empresa tiene más posibilidades si se preocupa por las personas, el medio ambiente y cumple cabalmente con los compromisos adquiridos. Esto hace que sea más fácilmente aceptada en el ámbito comercial lo que le da oportunidad de incrementar sus operaciones de venta.

Para Sodexim, el haber sido incluido por Liomont en el programa Cadena de Valor del Distintivo ESR fortalece la relación comercial entre las dos empresas y, dice Blanca, *“nos obliga a redoblar el compromiso y no defraudar la confianza depositada en nuestros productos y responsabilidad social”.*

*“Liomont nos dio la oportunidad de entrar en su cadena de valor y guiarnos en el camino para fortalecer nuestra responsabilidad social y obtener el Distintivo ESR”,* agradece.

En su opinión, todas las grandes empresas deberían promover entre sus proveedores la obtención del Distintivo ESR y apoyarlas en el proceso.

*“Para Laboratorios Liomont, la responsabilidad social es una práctica cotidiana, parte de su actividad normal; eso impulsa e inspira a quienes trabajamos a su lado a mantenernos siempre en los procesos de mejora continua y de gestión socialmente responsable”,* concluye.

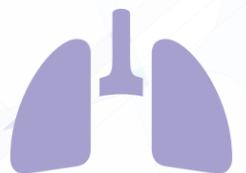
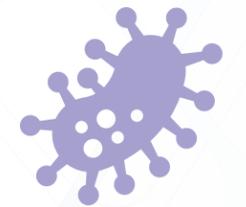


# 06

## Nuestro desempeño social



- » 41,230 niños y adultos fueron apoyados con nuestro Programa Integral contra la Amibiasis.
- » 25 niños en Texcoco operamos en alianza con la Asociación de Labio y Paladar Hendido.
- » 25,254 estudios realizamos en 29 entidades del país para detectar osteoporosis.
- » 3,000 libros de enfermedades respiratorias distribuimos como parte de la Cruzada Infantil por un México sin Asma.





## » Programas sociales

El compromiso con la comunidad para contribuir en la resolución de sus necesidades forma parte de la filosofía corporativa de Liomont. Estamos convencidos de que sólo con la participación del sector privado y en alianza con la sociedad organizada y el gobierno se puede dar respuesta a los problemas prioritarios de nuestra sociedad.

En Liomont hemos alineado nuestro compromiso social a las temáticas de salud y educación, entendiendo que la línea de negocio es congruente con ello y que atender ambos asuntos es de la más alta prioridad para el desarrollo de cualquier sociedad.

Entre los principales programas y líneas de acción social de la empresa destacan:

- > Programa Integral para el Control de la Amibiasis (PICA)
- > Misión Sonrisas
- > Programa de Detección Oportuna de Osteoporosis
- > Cruzada Infantil por un México sin Asma (CIMA)
- > Alianza con Unicef y el Pacto Mundial
- > EcoLiomont
- > Programa Reciclable por Naturaleza (recolección de papel, cartón y tetra pack)
- > Recolección de residuos (pilas, medicamento caduco)
- > Sembrando Vida y Salud (voluntariado de reforestación anual)
- > Programa Anual de Participación Comunitaria
- > Apoyos diversos

### Programa Integral Contra la Amibiasis (PICA)

En México, la amibiasis representa la quinta causa de enfermedad, lo que significa un problema de salud pública que, al vincularse con marginación y pobreza, se agudiza.

Preocupado por la gravedad de esta enfermedad, Liomont lanzó en 2002 el Programa Integral Contra la Amibiasis (PICA), para ofrecer un tratamiento gratuito, digno, oportuno, completo e integral contra este padecimiento.

Durante 2014, este programa alcanzó 15 localidades de 10 entidades del país, donde permitió que un total de 41,230 niños y adultos recibieran tratamiento gratuito y oportuno contra la enfermedad.

Para niños se entregaron 20,230 dosis de Flagenase 400 pediátrico suspensión mientras que a adultos se destinaron 21,000 dosis de Flagenase 400 cápsulas.

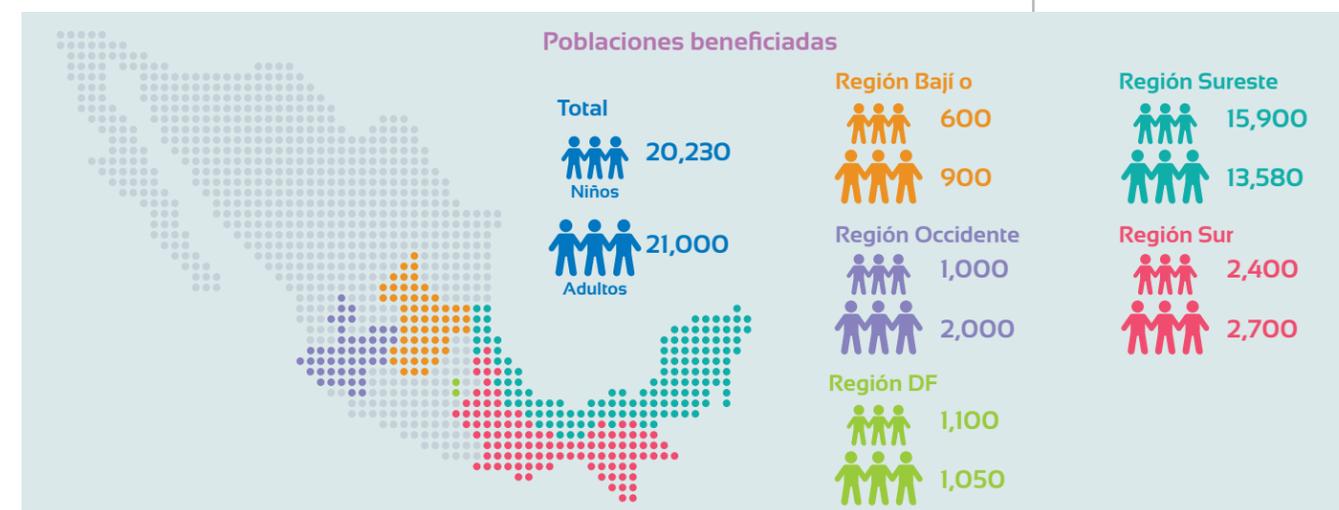


### Localidades y personas atendidas

Entidad	Localidad	Adultos	Niños
Guanajuato	Irapuato	350	650
San Luis Potosí	Río Verde	250	250
Michoacán	Morelia	1,000	2,000
Distrito Federal		1,100	1,050
Puebla	Puebla	2,000	2,300
Chiapas	Tapachula	400	400
Yucatán	Mérida	3,500	3,500
Quintana Roo	Cancún	4,000	3,000
Veracruz	Coatzacoalcos	1,500	1,600
	Jaltipan	1,200	1,200
	Boca del Río	500	500
	Coscomatepec	1,500	1,500
	Minatitlán	3,000	1,500
	Perote	400	400
Tabasco	Villahermosa	300	380
<b>Totales</b>		<b>21,000</b>	<b>20,230</b>
<b>Gran total</b>			<b>41,230</b>

La cantidad de dosis pediátricas y para adulto otorgadas en el marco del programa, desde su lanzamiento en 2012, suma 154 mil 610.

Desde su puesta en marcha, PICA ha tenido un impacto importante en diversas poblaciones del país, sobre todo en el sureste donde la prevalencia de la amibiasis es mayor y se agudiza por las condiciones de las poblaciones.





### Misión Sonrisas

Misión sonrisas es una iniciativa de cirugía extramuros de labio y paladar hendido impulsado por Liomont desde hace 16 años, con la intención de beneficiar con operaciones al mayor número de personas de escasos recursos que padecen esta malformación congénita.

Este programa cumple con el ciclo de la vertebración en responsabilidad social: empresa, sociedad y gobierno, pues en él confluyen:

- > gobiernos estatales y municipales
- > instituciones no lucrativas y sociedad civil
- > Laboratorios Liomont como representante del sector privado

Durante 2014 se ofreció apoyo a médicos de la Asociación de Labio y Paladar Hendido, AC, con cirugías para 25 niños en Texcoco.

### Programa de Detección Oportuna de Osteoporosis

La osteoporosis es una enfermedad que afecta aproximadamente a 10 millones de personas en México y consiste en la pérdida de masa ósea y el daño progresivo del esqueleto, lo que provoca huesos frágiles propensos a fracturas.

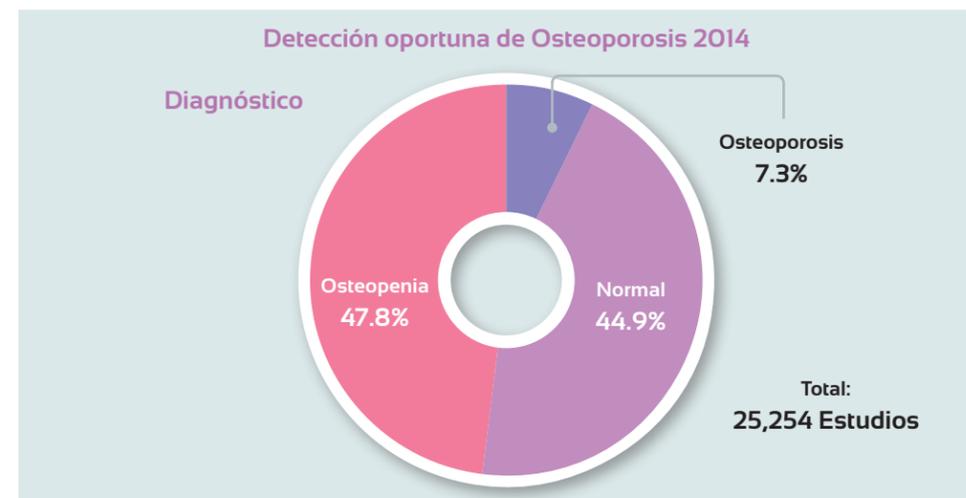
A partir de los 30 años, la densidad ósea disminuye 8% cada década, lo que aumenta las posibilidades de osteoporosis; aunado a ello, las mujeres son más propensas a desarrollar este padecimiento después de la menopausia, debido a la falta de estrógeno.

Como parte de su compromiso social, Liomont lanzó hace cuatro años un programa para detectar a tiempo la osteoporosis y ofrecer los tratamientos gratuitos necesarios en caso de diagnóstico.

La campaña alcanzó los 25,254 estudios realizados en 29 entidades del país y se llevó a cabo entre agosto y diciembre, enfocándose en los últimos meses del año para alinearse a la conmemoración del Día Mundial de la Osteoporosis, el 20 de octubre.

A lo largo de esos cinco meses se registraron 290 eventos de detección oportuna, con un promedio de 85 pacientes atendidos en cada uno; esto nos permitió diagnosticar a 7.3% de los pacientes con osteoporosis pero además se identificó a una importante proporción de las personas estudiadas, 47.8%, con osteopenia.

La osteopenia es una disminución en la densidad mineral ósea que puede ser una condición precursora de osteoporosis, y aunque no todas las personas diagnosticadas con osteopenia desarrollan osteoporosis esta condición brinda una oportunidad importante para sensibilizar sobre el estilo de vida y prevenir la osteoporosis.



Los tratamientos para la osteoporosis consistieron en dosis de Fosfonat ácido ibandrónico, el cual permite prevenir y tratar ese padecimiento así como reducir el riesgo de fracturas.

Fue justamente octubre el mes con mayor impacto en la realización de estudios y detección oportuna de osteoporosis, al contabilizar 7,016 estudios y 562 diagnósticos. En la siguiente gráfica pueden apreciarse el número de estudios y de diagnósticos realizados por mes.

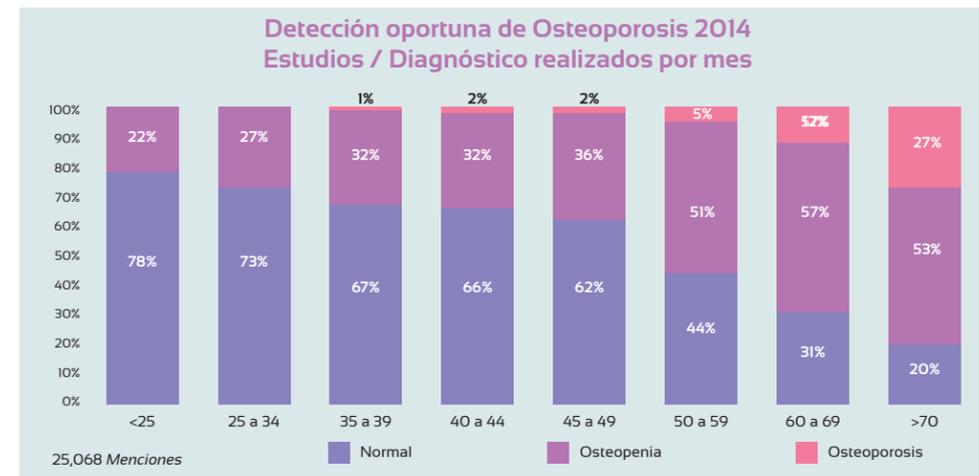


Nuevo León, Estado de México y el Distrito Federal fueron las tres entidades donde más estudios se llevaron y el promedio de edad que registraron las personas analizadas fue de 51.4 años.

La campaña nos permitió identificar que entre las personas de 49 años y menos, los diagnósticos de osteoporosis se dan en pocos casos, menos de 2%, mientras que a partir de los 50 años comienza a incrementar el riesgo.



Así, el rango de edad en que más se diagnostica este padecimiento es en mayores de 70 años, con una proporción de 27%, mientras que entre las personas de 60 a 69 años se da en una proporción de 12 por ciento.



La realización de esta primera campaña nos dejó importantes aprendizajes así como la identificación de áreas de oportunidad a trabajar para mejorar el impacto de nuestro compromiso social.

En este sentido, nos pudimos dar cuenta que hay lugares que requieren mayor número de eventos y que estos deben anticiparse con más tiempo a los médicos con el objetivo de que ellos cuenten con un periodo mayor para comunicarlo entre sus pacientes y la comunidad.

### Cruzada Infantil por un México sin Asma (CIMA)

Siguiendo la línea de atención a problemáticas de salud en el país, Liomont lanzó la Cruzada Infantil por un México sin Asma (CIMA) en noviembre de 2014, con el objetivo de sensibilizar sobre las causas de las enfermedades respiratorias en niños, su prevención, incidencia e incluso la relación que tienen con factores como el smog o la contaminación.

Las enfermedades respiratorias ocupan el primer lugar de causa de muerte en recién nacidos así como en menores de 1 año, además de ser la octava razón de atención médica en México.

Como primera acción de esta cruzada, Liomont presentó el libro "Enfermedades respiratorias en Pediatría", que consta de dos volúmenes, en un esfuerzo conjunto con el Instituto Nacional de Pediatría (INP) y la editorial McGraw-Hill.

La publicación fue posible gracias a que Liomont adquirió un lote de 3 mil ejemplares para repartirlos entre médicos pediatras y que sean ellos quienes desarrollen y difundan entre sus pacientes medidas de prevención de las afectaciones al sistema respiratorio, que suelen incrementar su incidencia en épocas invernales.

Otras actividades que formarán parte de CIMA incluyen programas y talleres médicos para especialistas así como la distribución de folletos educativos en consultorios médicos. Los talleres serán impartidos en toda la República Mexicana, abarcando diferentes temas relacionados con la especialidad en Pediatría.

### Alianza con Unicef y el Pacto Mundial

En línea con nuestra filosofía de responsabilidad social y conscientes de que con la suma de esfuerzos se puede hacer más, en Liomont apoyamos la labor del Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (Unicef) en diferentes proyectos dirigidos a la niñez mexicana.

Desde 1999, la empresa ha contribuido de manera sustancial a que se cumplan los derechos de niñas y niños en México, con especial atención en el cumplimiento de los derechos a la salud y educación.

Durante 2014, Liomont se sumó activamente al impulso de los Principios Empresariales para los Derechos de la Niñez, promovidos por Unicef y cuyo lanzamiento en México se registró el 19 de agosto de ese año, en alianza con la red local del Pacto Mundial.

Esta iniciativa tiene la finalidad de que empresas de todo el mundo y de México se sumen para impulsar el respeto y la protección de los derechos de niñas, niños y adolescentes dentro de sus prácticas cotidianas, especialmente en aspectos relacionados con trabajo infantil, estándares laborales, productos y servicios, marketing y publicidad, atención en emergencias y lucha contra la corrupción.



Los 10 principios, que están basados en declaraciones y convenciones universales en cuatro áreas: derechos humanos, medio ambiente, estándares laborales y anticorrupción, son los siguientes:

1. Cumplir con su responsabilidad de respetar y promover los derechos del niño
2. Contribuir a la erradicación del trabajo infantil en todas las actividades empresariales y relaciones comerciales
3. Proporcionar un trabajo digno a los jóvenes trabajadores, padres y cuidadores
4. Asegurar la protección y seguridad de los niños en todas las actividades e instalaciones empresariales
5. Garantizar que sus productos y servicios sean seguros y que a través de ellos se promueven los derechos del niño
6. Utilizar marketing y publicidad que respeten y apoyen los derechos del niño
7. Respetar y promover los derechos del niño en relación con el medio ambiente y la adquisición y uso de tierras
8. Respetar y promover los derechos del niño en las disposiciones de seguridad
9. Ayudar a proteger a los niños afectados por situaciones de emergencia
10. Reforzar los esfuerzos de las comunidades y los gobiernos para proteger y satisfacer los derechos del niño.



La presentación de los principios, que se llevó a cabo en el marco del Encuentro Anual del Pacto Mundial en México, contó con la participación y respaldo de nuestro director general, Alfredo Rimoch, quien hizo público su compromiso por impulsar los principios.

Entre las etapas de trabajo posteriores a este pronunciamiento destacan: la promulgación de los principios con los ejecutivos de Liomont, para luego llevar a cabo un auto-diagnóstico con las diferentes áreas de la empresa que permita elaborar un programa de trabajo para dar cabal cumplimiento y atención al decálogo de principios.

A partir de 2012, la alianza con Unicef y Liomont se enfocó en el desarrollo infantil temprano (DIT), fortaleciendo las capacidades de las familias, del personal que da atención a la primera infancia y de los funcionarios encargados del diseño, implementación y monitoreo de políticas públicas para niños de 0 a 5 años.

La estrategia DIT a nivel nacional ha logrado cambiar el paradigma de atención curativa de la primera infancia a la atención del niño sano. Esta estrategia consiste en:

- > Acceso a los servicios de salud: consulta médica y prueba EDI
- > Capacitación de personal de salud
- > Talleres de orientación en DIT a poblaciones Oportunidades
- > Entrega de material didáctico (cápsulas de video, colgantes y rotafolios)

Con estas líneas de acción, en 2014 se alcanzó un impacto de más de 1 millón de niñas y niños en México.

Otra línea de acción con Unicef es el Programa de Educación Inicial (PEI), entre cuyos hallazgos y áreas de oportunidad detectados se encuentran:

1. Formas de aprendizaje y socialización de la primera infancia indígena con ámbitos familiares ampliados.
2. Importancia del aprendizaje del medio social, cultural y natural que rodea a niñas y niños.
3. Roles de género.
4. Importancia de la participación de los padres en PEI para desarrollar capacidades para la crianza.

Este programa ha tenido un impacto de más de 500 mil niñas y niños en el país.

## CASO DE ÉXITO

### Liomont, uno de nuestros principales aliados: Unicef

Desde hace más de 15 años, Liomont ha apoyado al Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (Unicef), consolidando una alianza clave para el organismo internacional.

*"Liomont es uno de nuestros principales aliados para impulsar del desarrollo infantil en México", asegura Isabel Crowley, representante de Unicef en México. "Para nosotros ha sido inspirador trabajar con una empresa como esta, que entiende las acciones en favor de empleados, cadena de valor y comunidad como un compromiso que trasciende el mercado y sienta las bases históricas para la sustentabilidad del país".*

En 1999, recuerda, Liomont comenzó a apoyar la inclusión y mejora de la calidad educativa de los niños en México a través de Unicef. De igual manera, ha participado activamente en acciones encaminadas a visibilizar la situación de los adolescentes indígenas en el país.

*"Laboratorios Liomont es un ejemplo de cómo la responsabilidad social y los principios empresariales son la mejor forma de integrar, motivar y fortalecer una empresa", asegura.*

La alianza entre Unicef y Liomont se ha materializado a través de diferentes líneas de acción como la generación de conocimiento, la producción de videos así como de un sitio web para el fortalecimiento y desarrollo de habilidades familiares sobre el desarrollo infantil temprano, enfocado en el cuidado de niños y niñas de 0 a 5 años.

Liomont, considera Isabel Crowley, reconoce la importancia del desarrollo y aprendizaje de niños y niñas en los primeros cinco años de vida, *"por lo que ha decidido invertir en estas acciones, que juegan un papel fundamental para el desarrollo del país y fortalecen una población de niños superior a los 13 millones, es decir, alrededor de 13% de la población en México".*

*"Nuestro trabajo por los niños y niñas sólo es posible por el apoyo, impulso y participación activa de un aliado como Laboratorios Liomont, así que le agradecemos mucho por abrir oportunidades de desarrollo y crecimiento para todos los niños en México".*

## Programa Anual de Participación Comunitaria

Aunado a todos los esfuerzos previos, en Liomont mantenemos nuestra tradición de contribuir activamente con diversas iniciativas en favor del desarrollo de nuestra comunidad inmediata.

Estos esfuerzos obedecen a la premisa de ciudadanía corporativa con que nos asumimos como empresa y que nos hace ser un sujeto activo ante las problemáticas de nuestra sociedad, desde hace varios años.

En 2014, las causas en que nos involucramos y los impactos alcanzados con cada una fueron los siguientes:

### Programa Anual 2014 de Participación Comunitaria en el entorno inmediato Comité de Responsabilidad Social / Sub-Comité de Calidad de Vida

Tipo de Proyecto	Segmento de Población que se apoya	No. de personas que apoyan	Institución	Apoyos / Donativos	Antigüedad del Programa	Fecha	Realizado
Educación	Alumnos de escuela primaria de bajos recursos.	405	Escuela Primaria Kalpilli (Cuajimalpa).	• Donativo en especie para celebración día del niño.	1997	Abril 2014	✓
				• Donativo en especie para familias de los alumnos de bajos recursos: electrodomésticos.	1997	Diciembre 2014	✓
Salud	Comunidad en general	N/D	Cruz Roja Mexicana Delegación Lázaro Cárdenas.	• Donativo en efectivo para la adquisición de maniquí simulador pediátrico para capacitación: \$15,000.00	2005	Enero 2014	✓
			Cruz Roja Mexicana Delegación Tecámac.	• Donativo en efectivo para revestimiento de las instalaciones y equipo médico: \$15,000.00	2012	Enero 2014	✓
			Fundación Teletón México, A.C.	• Donativo en efectivo, apoyo en la construcción de un nuevo Centro de Rehabilitación en Tijuana y mantenimiento de los 21 CRI, Centro de Autismo y del Hospital de Oncología de Querétaro: \$375,747.00	2007	Diciembre 2014	✓
Preservación del Medio Ambiente y Asistencial	Comunidad en general	N/D	Gobierno del Distrito Federal / Delegación Cuajimalpa.	• Donativo de agua tratada para usos varios en la Delegación Cuajimalpa.	2006	Permanente 2014	✓
				• Donativo en especie consistente en: material de curación para botiquín y medicamentos como apoyo a la Peregrinación Anual de la Comunidad a la Basílica de Guadalupe.	2014	Febrero 2014	✓
			Gobierno del Estado de México.	• Campaña de voluntariado para siembra de árboles: Ecoliomont.	2011	Agosto 2014	✓



## Apoyos diversos

Nuestro compromiso social no se termina con los programas institucionales que hemos descrito, ya que en Liomont también tenemos la oportunidad de brindar apoyo a organizaciones de la sociedad civil e instituciones no lucrativas, en cuyas causas creemos y reconocemos como valiosas en contribución con el desarrollo.

Durante 2014 tuvimos la oportunidad de apoyar a las siguientes organizaciones:

- > The American British Cowdray Medical Center IAP
- > Cruz Roja Mexicana IAP
- > Fundación Mexicana para la Salud AC
- > Centro Mexicano para la Filantropía AC
- > Grupo para Promover la Educación y el Desarrollo Sustentable AC
- > Junior League of Mexico City IAP
- > Organización ORT de México IAP
- > Fundación Teletón México AC
- > Sociedad de Beneficencia Alianza Monte Sinai IAP
- > Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (Unicef)

## Investigación y desarrollo

### Investigación clínica

Como una empresa farmacéutica 100% mexicana, en Liomont asumimos como estratégico nuestro compromiso con la salud y bienestar de la sociedad en el país.

En ese sentido, impulsamos y desarrollamos de manera permanente estudios clínicos coordinados por nuestra Dirección Médica, los cuales forman parte del esfuerzo de Investigación y Desarrollo (I+D) que realiza la empresa con el ánimo de contribuir al acceso a la salud de cada vez más personas así como al fortalecimiento de la industria farmacéutica nacional.

Los estudios clínicos que continuamos apoyando durante 2014 fueron:

- Detección y manejo de sobrepeso y obesidad en niños de 8 a 12 años. Estudio clínico para evaluar seguridad y eficacia de medicamento de acción intrainestinal; realizado con el Colegio de Pediatría del Estado de Guanajuato.
- Estudio de terapia primaria prospectivo, abierto, aleatorizado de 3 y 10 días, de la seguridad y eficacia de antibióticos en pacientes pediátricos con otitis media aguda.
- Estudio comparativo de 2 combinaciones en el tratamiento de gripe (influenza) por virus del tipo a.
- Estudio clínico de seguridad y eficacia de 2 combinaciones para el tratamiento de dismenorrea primaria (controlado con medicamento comercialmente disponible).



- Estudio clínico para evaluar la seguridad y eficacia de una nueva combinación en el manejo de la obesidad en personas mayores de 18 años.

### Participación para el desarrollo social

Una parte sistémica de nuestra actividad corporativa es involucrarnos de manera activa en la labor de diversas organizaciones sectoriales y empresariales, que empujan el desarrollo de la industria farmacéutica nacional.

En Liomont no nos concebimos sin ser un actor participativo en este tipo de foros, que además de engrandecer nuestro desempeño empresarial contribuyen al desarrollo armonioso de la sociedad en su conjunto.

En línea con ello, durante 2014 participamos con las siguientes organizaciones:

- > Asociación Nacional de Fabricantes de Medicamentos (Anafam)
- > Cámara Nacional de la Industria Farmacéutica (Canifarma)
- > Consejo Farmacéutico Mexicano (CFM)
- > Fundación Mexicana para la Salud (Funsalud)

Este actuar propositivo dentro de nuestro sector hizo que nuestro director general, Alfredo Rimoch, fuera nombrado presidente de la Anafam durante el periodo 2013-2014, en reconocimiento a nuestra trayectoria y fortalecimiento de la industria nacional.

# 07

## Nuestro desempeño ambiental



- **3,864 m<sup>3</sup>** de agua hemos disminuido en nuestro consumo entre 2011 y 2014.
- **83%** del agua tratada es reutilizada actualmente, contra 31% que aprovechábamos en 2007.
- **2%** redujimos nuestro consumo eléctrico, luego de registrar alzas promedio de **3%** en los años previos.
- **11 árboles** fueron salvados gracias a los esfuerzos de todos por recolectar y reciclar papel, cartón y tetra pack.
- **107.2 kilos** de pilas y baterías acopiamos en 2014, para darles un adecuado confinamiento.





En Liomont asumimos el cuidado y preservación del medio ambiente como un compromiso indisoluble de nuestra operación, ya que entendemos que la gran responsabilidad de cuidar el planeta es compartida y sólo así podremos garantizar la subsistencia de las siguientes generaciones.

Ocupados en atender este compromiso, al interior de la empresa impulsamos procesos que permitan mitigar nuestro impacto ambiental, con el firme objetivo de reducirlo cada vez más contando con la participación de todos nuestros colaboradores.

## » Nuevas oficinas

Un hecho relevante que marcará nuestro desempeño ambiental en adelante tuvo lugar en 2014, con el cambio de domicilio de nuestras oficinas corporativas, cuidando que las instalaciones cumplieran con características que las hicieran amigables con el medio ambiente y, de manera paralela, sensibilizando a nuestros empleados sobre la importancia de continuar con prácticas de cuidado ambiental en materia de agua, energía, emisiones y residuos.

La nueva sede, cuya inauguración se dio en el marco de nuestro 75 aniversario, se ubica en la Torre Espacio Santa Fe y cuenta con la Certificación LEED, enfocada a optimizar y evaluar el desempeño de un inmueble en la relación con su entorno, su eficiencia en el uso del agua y la energía eléctrica, sus emisiones a la atmósfera, los materiales y residuos que genera así como la calidad ambiental en interiores para sus ocupantes.

Todo esto provee un excelente lugar para trabajar con espacios adecuados para la salud y seguridad, símbolo inequívoco del compromiso de Liomont por el desarrollo sustentable y el bienestar de sus colaboradores.

La inauguración contó con la presencia del titular de la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (Cofepris), Mikel Arriola Peñalosa, quien resaltó que Laboratorios Liomont ha sido punta de lanza en la industria farmacéutica, manteniendo siempre una apertura a la competencia, lo que le ha permitido abrir nuevas oportunidades de negocio a nivel internacional.

Durante el evento compartió una felicitación para nuestra empresa:

"Felicidades a la gran familia Liomont, primero a los trabajadores y después a la familia Rimoch que es la causante de esta gran empresa. Y, decirles que tienen un aliado en el gobierno de la República para seguir creciendo, para seguir mandando mensajes positivos al mundo y para seguir ampliando el acceso de los mexicanos a las medicinas".

La planeación de las nuevas oficinas se hizo pensando en brindarle al personal, unas modernas y cómodas instalaciones, que sean altamente funcionales. Los espacios son abiertos, lo que permitirá mayor interacción entre todos los colaboradores y fortalecerá la comunicación permitiendo trabajar en equipo con libertad y respeto.

En Liomont, la calidad de vida de nuestra gente es una prioridad, por ello se consideró también con un comedor, cuyas instalaciones son de primer nivel.



## » Gestión ecoeficiente

Nuestros sistemas de operación y producción se realizan atendiendo el principio de la eficiencia ambiental o ecoeficiencia, en tanto que se guían bajo criterios de uso eficiente de los recursos naturales, energía eléctrica, combustibles e insumos en general.

Gracias a lo anterior, Liomont es una empresa certificada como Industria Limpia desde hace 9 años, lo cual es reflejo del compromiso con el desarrollo sustentable de la empresa.

### Agua

La gestión del agua ocupa un lugar prioritario en el cuidado medio ambiental. Desde hace varios, al interior de la empresa promovemos la conciencia y eficiencia en el manejo del agua, pues entendemos que enfrentamos un déficit del vital líquido y que cada día su demanda aumenta.

Asumiendo un compromiso sensato por reducir nuestra huella hídrica, desde hace varios años hemos establecido una política de ahorro de agua que ha dejado resultados significativos.

Lo anterior obedece también a la Norma Emergente de Ahorro de Agua Potable, emitida en 2009 por parte de la Secretaría del Medio Ambiente del Distrito Federal, que obliga reducir el consumo de agua a los establecimientos industriales que rebasan los 16,000 metros cúbicos (m<sup>3</sup>) en un periodo de 1 año.

El consumo de agua ha registrado una disminución de 3,864 m<sup>3</sup> entre 2011 y 2014, lo que significa un ahorro de 27.6% respecto de los niveles que teníamos en aquel año:

	2011	2012	2013	2014
Consumo de agua potable (m <sup>3</sup> )	13,968	13,107	10,500	10,104
Colaboradores en ubicación Cuajimalpa	395	417	420	330-350 (reubicación de parte del personal a las nuevas oficinas de Santa Fe)
Producción (millones de piezas)	58	61	70	68
Piezas producidas por m <sup>3</sup>	4,152	4,654	6,667	6,700
Piezas producidas por litro	4.2	4.7	6.7	6.7

Si observamos nuestra producción comparada con el consumo de agua, ésta se ha hecho más eficiente luego de que en 2011 se producían 4.2 piezas por cada litro de agua consumido contra las 6.7 piezas en promedio que se producen actualmente.



Recordemos que en 2009 este indicador era de 3.5 piezas por litro de agua, lo que significa que en este lapso prácticamente hemos duplicado la eficiencia de nuestro consumo de agua en términos de producción de piezas.

Como parte de nuestra política de ahorro de agua, desde 2007 nos dimos a la tarea de instalar un sistema adicional de tratamiento terciario de agua residual tratada, lo cual garantiza que la calidad del agua de reúso además de cumplir con la norma de descarga de agua residual a drenajes<sup>1</sup> va en línea con la norma para el reúso de agua tratada<sup>2</sup>.

Al agua tratada le damos varios usos para asegurarnos que la mayor cantidad posible sea reaprovechada, así se utiliza en sanitarios, riego de jardines propios o bien se dona a nuestra planta de Cuajimalpa para el riego de jardines urbanos.

Nuestro manejo integral del agua ha arrojado los siguientes resultados desde 2011:

	2011	2012	2013	2014
Agua tratada total (m <sup>3</sup> )	9,362	9,325	7,614	6,825
Agua de riego (m <sup>3</sup> )	1,688	1,264	1,907	465
Agua donada (m <sup>3</sup> )	1,130	1,590	1,680	1,920
Agua WC (m <sup>3</sup> )	1,604	4,043	3,140	3,281
Agua reutilizada (m <sup>3</sup> )	4,422	6,897	6,727	5,666
Agua no reutilizada (m <sup>3</sup> )	4,940	2,428	887	1,159
Reutilizada (%)	47	74	88	83
No reutilizada (%)	53	26	12	17

<sup>1</sup> NOM-002-SEMARNAT.

<sup>2</sup> NOM-003-SEMARNAT.

Comparando la cantidad de agua tratada con nuestros consumos de cada año, podemos observar que se han mantenido en niveles de 70%, lo que refleja la importancia que damos a nuestra gestión en el manejo de agua.

Además, el porcentaje de reutilización de agua tratada ha saltado de 47 a 83% entre 2011 y 2014, lo que significa un avance de 36 puntos porcentuales. Cabe recordar que en 2007, nuestro porcentaje de reutilización de agua tratada era de apenas 31 por ciento.

Es importante mencionar que adicional a la infraestructura instalada para el tratamiento y reutilización de agua residual tratada, nuestro equipamiento corporativo también está pensado para alcanzar el máximo ahorro en el consumo de agua potable. Actualmente, este consiste en:

- > 26 mingitorios secos
- > 22 regaderas ahorradoras de agua
- > 65 llaves ahorradoras en lavamanos
- > 32 sistemas de ahorradores 1-2 para WC
- > Sistema de recuperación de agua del intercambiador de calor en área de comedor
- > Máquina lava-pisos para la planta productiva y almacenes
- > Máquina de presión para limpieza de pisos exteriores
- > Sistema de tratamiento y distribución de agua pluvial en época de lluvias

### Energía eléctrica

Como parte de las medidas de mitigación de nuestra huella ambiental, promovemos acciones encaminadas a la reducción del consumo energético tanto en nuestra planta como en las oficinas corporativas.



Las campañas de comunicación y sensibilización entre el personal nos han permitido difundir la importancia que tiene la adopción de medidas que sumadas contribuyen a la menor demanda de energía eléctrica, lo que además de un ahorro económico implica un beneficio medioambiental.

Durante 2014 registramos un descenso en nuestro consumo energético, equivalente a 99,000 kilowatts hora (kWh), comparado con los niveles de 2013. El comparativo de nuestros consumos de energía eléctrica se aprecia en la siguiente tabla:

	2011	2012	2013	2014
Consumo de energía eléctrica (kWh)	4,708,000	5,049,000	5,109,000	5,010,000
Variación kWh contra año previo	+42,000	+341,000	+60,000	-99,000
Variación % consumo energético	+1.0%	+7.2%	+1.2%	-2.0%
Producción (millones de piezas)	58	61	70	68
Variación % producción		+5%	+4.7%	-3%

En términos porcentuales, la reducción en nuestro consumo energético de 2014 fue de 2%, luego de un alza promedio de 3%, en los tres años previos.

### Emisiones indirectas de CO<sub>2</sub>

En consistencia con nuestro menor consumo energético, las emisiones indirectas de dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>) emitidas por esta fuente presentaron una reducción similar durante 2014, luego de registrar alzas leves en los años previos.

De acuerdo con los lineamientos que establece el World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) para calcular las emisiones indirectas de CO<sub>2</sub>, éstas quedan como sigue:

	2012	2013	2014
Consumo de energía eléctrica (kWh)	5,049,000	5,109,000	5,010,000
Emisiones indirectas de CO <sub>2</sub> <sup>3</sup> (tons)	2,600.23	2,631.13	744
Variación %	+7.2%	+1.2%	-2.0%



<sup>3</sup> Factor de emisión 0.515 kg CO<sub>2</sub> x kWh. WBCSD, Indirect emissions.



## Programa EcoLiomont

Nuestra responsabilidad social nos ha llevado a desarrollar un amplio programa que enmarca una serie de acciones encaminadas a sensibilizar tanto a nuestros colaboradores como a la sociedad en general sobre la importancia de cuidar nuestro entorno.

El Programa EcoLiomont fusiona los objetivos medioambiental y social; no obstante su apuesta máxima es sensibilizar y hacer conciencia entre nuestro personal, sus familias y la sociedad sobre el impacto que tienen nuestras acciones en el entorno y cómo podemos mitigarlo.

Iniciado en 2005, EcoLiomont se integra por las siguientes acciones:

### Reciclable por Naturaleza

Esta línea de acción es encabezada por la Junior League de la Ciudad de México y auspiciada por Liomont; sus objetivos específicos son los siguientes:

- Sensibilizar a la comunidad sobre los problemas ambientales del Valle de México, con un programa educativo que promueve la participación individual a través de acciones concretas, mediante pláticas en escuelas, empresas y lugares públicos.
- Recuperar la mayor cantidad posible de envases multicapas, con el propósito de que sean reciclados y transformados en nuevos productos de papel.

Durante 2014, el personal de Liomont participó activamente con esta iniciativa al sumar 684 kilos de papel, cartón y tetra pack para su reciclaje y reaprovechamiento. Esta cantidad de envases acopiados y reutilizados es equivalente a salvar 11 árboles.

### Recolección de residuos

Al interior de la empresa promovemos el acopio de pilas y medicamentos caducos, ya que por su naturaleza requieren confinamientos especiales.

Esta sensibilización entre nuestro personal permitió que en 2014 recolectáramos 107.2 kilos de pilas y baterías así como 47 kilos de medicamentos caducos, garantizando su adecuado procesamiento y evitando un uso inadecuado o un daño ambiental innecesario ocasionado por estas sustancias.

### Sembrando Vida y Salud

Por cuarto año consecutivo llevamos a cabo Sembrando Vida y Salud, una jornada de reforestación que impulsa el voluntariado de nuestros empleados. Así, en 2014 realizamos la cuarta jornada en el Paraje Cerro Prieto, perteneciente a la comunidad de Santa María del Monte, en el Municipio de Zinacantepec, Parque Nacional Nevado de Toluca.



En la reforestación contamos con el apoyo de 120 colaboradores, cuya participación entusiasta permitió sumar un total de 1,000 árboles plantados en una hectárea de tierra.

## Premio Amanda Rimoch a la Educación Ambiental

El Premio Amanda Rimoch a la Educación Ambiental es un estímulo para estudiantes de secundaria que generan proyectos comunitarios del cuidado y preservación del medio ambiente, con tecnologías innovadoras y desarrolladas por ellos mismos, las cuales son replicadas tanto en la comunidad estudiantil como dentro de sus núcleos social y familiar, impactando de forma directa a un número mayor de personas.

Este premio, creado en 1997 y entregado por primera ocasión en el ciclo escolar 1998-1999, se ha consolidado como el incentivo que muchas escuelas secundarias en México buscan para desarrollar sus proyectos ambientales y busca honrar la memoria de una mujer comprometida con el planeta.

Aunque al principio se trató de un esfuerzo coordinado entre Liomont, Fundación Liomont y la Junior League de la Ciudad de México, actualmente involucra a las secretarías de Educación Pública (SEP) y de Medio Ambiente y Recursos Naturales (Semarnat).

La convocatoria para participar se lanza de manera anual para todas las escuelas secundarias del país, que pueden participar en cualquiera de las siete categorías del Premio:



1. Conservación (mantenimiento y restauración) de los ecosistemas y protección de la biodiversidad (manglar, costa, selva, marino, bosque, desierto, etc.)
2. Manejo adecuado de residuos sólidos (reducción, reutilización y reciclaje)
3. Ahorro de energía eléctrica y aplicación de energías alternativas
4. Promoción de una cultura ambiental
5. Promoción de valores, hábitos y actitudes en la formación de los estudiantes
6. Fomento a la educación ambiental a través de medios de comunicación internos o externos al plantel
7. Fomento del consumo sustentable

A lo largo de las ediciones se han otorgado entre tres y seis premios, los cuales consisten en estímulos económicos para impulsar el proyecto ambiental de los jóvenes en sus comunidades así como para destinar a equipo o mantenimiento de las escuelas.

En preparación del XV aniversario del Premio Amanda Rimoch a la Educación Ambiental, durante 2014 se trabajó en la elaboración de un compendio sobre la historia, proyectos ganadores y casos de éxito que ha dejado este esfuerzo.

El libro busca dejar constancia de los resultados e impacto que ha tenido este Premio, el cual nos comprometemos a seguir impulsando en favor de la educación y sensibilización de los jóvenes sobre el cuidado de su entorno.

La publicación será presentada durante la premiación 2014-2015, para enmarcar los primeros 15 años de impulso conjunto a la educación ambiental por parte de Liomont y la Junior League de la Ciudad de México.



## ➤ Manejo de residuos

La reducción de nuestros residuos así como su adecuado confinamiento y procesamiento es un tema relevante dentro de nuestro compromiso ambiental, por lo que fomentamos entre nuestros colaboradores la cultura de reutilizar y reciclar los desechos siempre que sea posible.

Esta filosofía se inscribe en nuestro programa EcoLiomont, ya descrito como parte de nuestro desempeño social, y nos ha permitido reducir nuestro impacto ambiental al tiempo que fomentamos una cultura de protección al medio ambiente entre el capital humano de la empresa.

Los beneficios que alcanzan estas medidas, además, nos permiten fortalecer alianzas con organizaciones o instituciones involucradas en el cuidado ambiental, como es el caso de la Junior League de la Ciudad de México, con la que colaboramos aportando el papel, cartón y tetra pack acopiado en nuestras instalaciones para su adecuado reaprovechamiento.

En el caso de residuos de manejo especial o peligroso, como pueden ser pilas o medicamentos caducos, Liomont asume un compromiso inalienable a su línea de operación para recolectar estos desechos luego de su vida útil y garantizar su adecuado procesamiento.



### Residuos no peligrosos

El manejo de residuos no peligrosos se hace a través de la correcta separación, reaprovechamiento y disposición final en los contenedores correspondientes. En Liomont tenemos habilitados contenedores para la separación de desechos sólidos en todas las áreas de trabajo y oficinas.

Esto nos permite la adecuada separación de desechos que pueden ser reutilizados y reaprovechados, como es el caso del papel, cartón y envases tipo tetra pack, que se recolectan, almacenan y envían para su correcto reciclaje.

Durante 2014, nuestra campaña permanente de separación y recolección de papel, cartón y tetra pack sumó 684 kilos de papel, cartón y tetra pack, mismos que representan lo equivalente a salvar 11 árboles.

En los últimos cuatro años, la campaña ha permitido el acopio de 4,989 kilos de estos materiales, lo que equivale a salvar un total de 85 árboles.

	2011	2012	2013	2014
Kilos recolectados	1,701	1,556	1,074	684
Árboles salvados	29	27	18	11



### Residuos peligrosos

En Liomont asumimos el delicado manejo de residuos peligrosos en estricto apego a la normativa que nos rige, por lo que garantizamos que su disposición final se realice a través de proveedores certificados en la materia.

Desde hace varios y en línea con este compromiso, en Liomont promovemos el acopio de residuos peligrosos tanto entre el personal como entre clientes y proveedores que nos visitan, quienes pueden traer sus residuos cuando saben que no cuentan con el manejo adecuado para su disposición final.

Gracias a esta cultura de solidaridad ambiental e higiene, en 2014 pudimos recolectar 107.2 kilos de pilas y baterías así como 47 kilos más de medicamentos caducos, para su adecuado tratamiento.

En los últimos cuatro años, hemos sumado 777.2 kilos de pilas y baterías recolectados y un total de 246.2 kilos de medicamentos caducos, todo lo cual ha tenido una correcta disposición y tratamiento final.

	2011	2012	2013	2014
Recolección y confinamiento de pilas y baterías (kg)	215	310	145	107.2
Recolección y confinamiento de medicamentos caducos (kg)	36	57.5	106	47



# 08

## Distintivos, certificaciones y reconocimientos



Distintivo, reconocimiento o certificación	Descripción	Institución que lo otorga	Años de recibirlo
Certificación ISO 9000	Calidad	International Organization for Standardization (ISO)	15 años
Distintivo Empresa Socialmente Responsable	RSE	Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi)	10 años
Distintivo "H"	Calidad e inocuidad de alimentos	Secretaría de Turismo	9 años
Distintivo "M"	Calidad	Secretaría de Turismo	1 año
Certificación como una gran empresa para trabajar	Derechos humanos	Great Place To Work Institute	3 años
Lugar 83 en ranking de equidad de género	Equidad de género	Great Place To Work Institute	2 años
Certificación en Industria Limpia	Medio ambiente	Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (Profepa)	9 años
Certificación Industria Segura, Nivel II	Derechos humanos	Secretaría del Trabajo y Previsión Social	4 años
Certificación en el Modelo de Equidad de Género	Derechos humanos	Instituto Nacional de las Mujeres (Inmujeres)	4 años
Certificación de Buenas Prácticas de Manufactura	Calidad	European Medicines Agency	Desde hace 3 años
Certificación de Buenas Prácticas de Manufactura	Calidad	Cofepris	Permanente
Certificación de Buenas Prácticas de Manufactura	Calidad	Invima Colombia	Desde hace 10 años
Certificación de Buenas Prácticas de Manufactura	Calidad	FDA	3 años
The Global Compact GC Advanced (ONU)	RSE	El Pacto Mundial	Vigente

# 09

## Información complementaria



### » Apego a la legalidad, privacidad y confidencialidad

En cumplimiento de nuestro principio ético de guardar la secrecía y la confidencialidad de la información que manejamos con tal carácter, en Laboratorios Liomont cuidamos y protegemos la información de nuestros clientes, proveedores, colaboradores y aliados comerciales, haciendo uso de los datos personales con seguridad y confidencialidad; atendiendo a la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares.

En la empresa se cuenta con un canal específico para recibir y procesar cualquier solicitud de datos personales para que, quienes así lo deseen, puedan ejercer sus derechos ARCO (Acceso, Rectificación, Corrección y Oposición) de cualquier dato que haya recolectado la empresa sobre el solicitante. Por tal motivo, se cuenta además con una persona responsable de atender interna y externamente, las necesidades y acciones relacionadas con esta materia a través del correo electrónico:

**datos.personales@liomont.com.mx**

El ánimo de salvaguardar la confidencialidad de la información se hace recíproca y extensiva a toda nuestra cadena de valor (clientes, proveedores, distribuidores y aliados comerciales), estando sujetos a los criterios establecidos en la normatividad jurídica de Propiedad Industrial nacional e internacional vigente en cada país en los que tenemos operaciones así como mediante el establecimiento de clausulados específicos en nuestros contratos y/o acuerdos en donde se salvaguarda la secrecía de la información recibida evitando cualquier uso inapropiado de la misma, entendiéndose por esto todo aquel uso distinto al que por virtud de nuestra relación contractual se establezca.

### » Principios seguidos para la elaboración del informe

#### Fiabilidad y verificación

Para la elaboración de su informe de Responsabilidad Social, Liomont recurre a fuentes y metodologías internas dependiendo del área de la organización que de origen a la información necesaria para todos los indicadores. Las áreas de Recursos Humanos

y Nuevos Negocios, de las oficinas corporativas, revisan y corroboran la información recibida.

En cuanto a la transparencia y veracidad sobre la que se sustenta el contenido de este documento, se realiza un proceso de verificación por la empresa Firma Social, S.C. (AuditaRSE), bajo los estándares de aseguramiento de información de la ISAE 3000, (International Standard on Assurance Engagements, por sus siglas en inglés). Su reporte se integra como parte del contenido de este informe, avalando de esta forma las prácticas y compromisos que en Liomont se llevan a cabo.

### Claridad, precisión y periodicidad

La información contenida en este documento se recaba de forma metódica y se encuentra organizada conforme a la presentación referida en el Contenido General, ubicado al inicio del Reporte Social. Con ello, se permite una mayor facilidad de ubicación de la información y de su respectiva lectura.

Asimismo, se incluye también una tabla con los Indicadores GRI, lo que facilita al lector ubicar oportunamente los datos referidos, y dar una guía transparente y de fácil lectura al público en general.

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

Destacamos que en el periodo reportado, nuestro nivel de información no refleja cambios relevantes de comparabilidad con los periodos 2012 y 2013 pues las unidades de medida no han variado.

Siendo coherentes con los compromisos de transparencia y rendición de cuentas, Liomont pone a disposición general los informes corporativos correspondientes a los últimos años, para consulta en el sitio de internet: [www.liomont.com.mx](http://www.liomont.com.mx) y [www.unglobalcompact.org](http://www.unglobalcompact.org)

### Periodicidad y comparabilidad

Liomont declara que su Informe de Responsabilidad Social debe manifestar las actividades desarrolladas por la Compañía en un periodo de un año, de enero a diciembre. Durante su elaboración, se verificó que los datos cuantitativos expresados en el documento puedan ser comparados con el informe elaborado el año anterior.

De igual manera, en todas las tablas y gráficas se ofrecen datos comparativos de al menos dos años atrás, lo cual permite comparar el desempeño de la empresa con objetividad y precisión.

### Equilibrio

Un claro objetivo de Liomont es continuar avanzando en el proceso de mejora del presente documento, por ello, éste documento refleja tanto los aspectos positivos del desempeño de la organización, como aquellos que representan un área de mejora. Asimismo, ofrece información suficiente y relevante tanto en el ámbito económico como en el social y el ambiental.

### Materialidad, exhaustividad e inclusividad

Para determinar y evaluar los asuntos relevantes de cada uno de nuestros grupos de interés, hemos recurrido a observaciones de distintos grupos de ellos, considerando indicaciones y estándares metodológicos internacionales del sector farmacéutico.

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

### ➤ Nivel de aplicación de indicadores GRI

Este Informe de Responsabilidad Social cumple con los requisitos exigidos por el nivel de aplicación B+ de la Guía de Elaboración de Memorias de Responsabilidad Social G3 de Global Reporting Initiative. Este nivel es avalado por una tercera parte externa a través del certificado de verificación emitido por AuditaRSE (Firma Social SC).

# 10 >>

## Tablas de Indicadores GRI



Indicador GRI	Pág. (s)	Localización en el Informe / Comentarios	
<b>1. ESTRATEGIA Y ANÁLISIS</b>			
1.1	Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización.	5	Mensaje de la Dirección.
1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	5, 10, 20, 22	Mensaje de la Dirección / Nuestra Empresa / Nuestros Productos. Mercado Internacional.
<b>2. PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN</b>			
2.1	Nombre de la organización.	88	Portada / Capacidad de Respuesta.
2.2	Principales marcas, productos y/o servicios.	20	Nuestros Productos.
2.3	Estructura operativa de la organización.	11	Estructura Organizacional.
2.4	Localización de la sede principal de la organización.	88	Capacidad de Respuesta.
2.5	Número de países en los que opera la organización.	5, 22	Mensaje de la Dirección / Mercado Internacional.
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	10	Nuestra Empresa.
2.7	Mercados servidos.	5, 10, 20, 22, 19	Mensaje de la Dirección / Nuestros Clientes: Mercado Nacional, Mercado Internacional y Nuestros Productos / Líneas terapéuticas.
2.8	Dimensiones de la organización informante, incluido:		
	• Número de empleados.	25	Nuestra Gente.
	• Ventas netas.	17, 18	Nuestro Desempeño Económico. La información sobre las ventas netas expresadas en valor monetario corresponde a los Estados Financieros 2012, y es información confidencial al interior de Liomont. Sin embargo, se incluye la composición de los mercados atendidos por Liomont en porcentaje, y correspondientes a valores monetarios.
	• Capitalización total, desglosada en términos de deuda y patrimonio neto.	N/D	Esta información pertenece a los Estados Financieros de 2012, que es confidencial al interior de Liomont.
	• Cantidad de productos o servicios prestados.	17, 20	Nuestro Desempeño Económico. Nuestros Productos.
2.9	Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización, incluidos:		
	• La localización de las actividades o cambios producidos en las mismas, aperturas, cierres y ampliación de instalaciones; y	5, 22, 20, 3	Mensaje de la Dirección / Mercado Internacional y Nuestros Productos / Alcance.
	• Cambios en la estructura del capital social y de otros tipos de capital, mantenimiento del mismo y operaciones de modificación del capital (para organizaciones del sector privado).	N/A	Mensaje de la Dirección / Nuestros Clientes: Mercado Nacional, Mercado Internacional y Nuestros Productos / Principios seguidos para la elaboración del Informe: Alcance y Perfil.
2.10	Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.	67	Distintivos, Certificaciones y Reconocimientos.

Indicador GRI		Pág. (s)	Localización en el Informe / Comentarios
<b>3. PARÁMETROS DE LA MEMORIA</b>			
<b>Perfil de la memoria</b>			
3.1	Periodo cubierto por la información contenida en la memoria.	5, 3, 70	Mensaje de la Dirección / Alcance / Periodicidad y Comparabilidad.
3.2	Fecha de la memoria anterior más reciente (si la hubiere).		
3.3	Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	3, 70	Alcance / Periodicidad y Comparabilidad.
3.4	Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.	88	Capacidad de Respuesta.
<b>Alcance y cobertura de la memoria</b>			
3.5	Proceso de definición del contenido de la memoria, incluido:		
	• Determinación de la materialidad.	69	Principios seguidos para la elaboración del Informe: Materialidad, Exhaustividad e Inclusividad.
	• Prioridad de los aspectos incluidos en la memoria.	13, 69	Grupos de Interés / Principios seguidos para la elaboración del Informe: Materialidad, Exhaustividad e Inclusividad.
	• Identificación de los grupos de interés que la organización prevé que utilicen la memoria.	13, 69	Grupos de Interés / Principios seguidos para la elaboración del Informe: Materialidad, Exhaustividad e Inclusividad.
3.6	Cobertura de la memoria.	5, 69, 3	Mensaje de la Dirección / Principios seguidos para la elaboración del Informe: Alcance.
3.7	Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria.	69, 6	Principios seguidos para la elaboración del Informe: Alcance y Perfil.
3.8	La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos.	69, 6	Principios seguidos para la elaboración del Informe: Alcance y Perfil.
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.	69	Principios seguidos para la elaboración del Informe: Claridad, Precisión y Verificabilidad.
3.10	Descripción del efecto que pueda tener la reexpresión de información perteneciente a memorias anteriores, junto con las razones que han motivado dicha reexpresión.	69, 70	Principios seguidos para la elaboración del Informe: Alcance y Perfil, y Periodicidad y Comparabilidad / Liomont declara que la información reportada este año no refleja cambios que pudieran influir en la comparabilidad con memorias anteriores (2009, 2010, 2011). Los reportes anteriores están disponibles en <a href="http://www.liomont.com.mx">www.liomont.com.mx</a>
3.11	Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.	69, 70	Principios seguidos para la elaboración del Informe: Alcance y Perfil, Claridad, Precisión y Verificabilidad, y Periodicidad y Comparabilidad / Liomont declara que la información reportada este año no refleja cambios que pudieran influir en la comparabilidad con memorias anteriores (2009, 2010, 2011). Los reportes anteriores están disponibles en <a href="http://www.liomont.com.mx">www.liomont.com.mx</a>
<b>Índice del Contenido del GRI</b>			
3.12	Tabla que indica la localización de los Contenidos básicos en la memoria.	70	Tabla de Indicadores GRI.

Indicador GRI		Pág. (s)	Localización en el Informe / Comentarios
<b>Verificación</b>			
3.13	Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria.	69, 87	Principios seguidos para la elaboración del Informe: Fiabilidad y Verificación. Carta de Verificación Externa.
<b>4. GOBIERNO, COMPROMISOS Y PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS</b>			
<b>Gobierno</b>			
4.1	La estructura de gobierno de la organización.	11	Estructura Organizacional / Gobierno Corporativo.
4.2	Ha de indicarse si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo.	11	Estructura Organizacional / Gobierno Corporativo.
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.	11	Estructura Organizacional / Gobierno Corporativo.
4.4	Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	11	Gobierno Corporativo.
4.5	Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la organización (incluido su desempeño social y ambiental).	11	Gobierno Corporativo.
4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	25, 31	Nuestra Gente: Conducta Ética.
4.7	Procedimiento de determinación de la composición, capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno y sus comités, incluida cualquier consideración sobre el sexo y otros indicadores de diversidad.	11	Gobierno Corporativo.
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.	12, 59	Nuestra Filosofía Organizacional / Premios, Distintivos y Reconocimientos.
4.9	Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios.	5, 12, 67, 85	Mensaje de la Dirección / Nuestra Filosofía Organizacional / Premios, Distintivos y Reconocimientos / El Pacto Mundial, Objetivos del Milenio y GRI.
4.10	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	11, 67, 85	Gobierno Corporativo / Premios, Distintivos y Reconocimientos / Liomont y El Pacto Mundial.
<b>Compromisos con Iniciativas Externas</b>			
4.11	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	12, 69	Nuestra Filosofía Organizacional / Privacidad y Confidencialidad.
4.12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	5, 40, 54	Mensaje de la Dirección / Programas Sociales / Nuestro Compromiso con el Desarrollo.
4.13	Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.	54	Nuestro Compromiso con el Desarrollo.

Indicador GRI	Pág. (s)	Localización en el Informe / Comentarios
<b>Participación de los Grupos de Interés</b>		
4.14	Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	13, 23, 25, 35, 40, 54, 51
4.15	Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	Ibid
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.	Ibid
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.	Ibid

## 5. ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES DE DESEMPEÑO

<b>DIMENSIÓN ECONÓMICA</b>		
<b>Indicadores del Desempeño Económico</b>		
<b>Aspecto: 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.	17, 22, 25, 26, 33, 35, 40, 54, 51
EC2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	50
EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	26, 33, 35, 40, 54
EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	N/A
<b>Aspecto: 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.	25, 26
EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	35
EC7	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	N/D

Indicador GRI	Pág. (s)	Localización en el Informe / Comentarios
<b>Aspecto: Impactos Económicos Indirectos</b>		
EC8	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.	5, 40, 54, 57
EC9	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	5, 40, 54, 57

## DIMENSIÓN AMBIENTAL

### Indicadores de Desempeño Ambiental

<b>Aspecto: Materiales</b>		
EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen.	57
EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	57
<b>Aspecto: Energía</b>		
EN3	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	57
EN4	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	57
EN5	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	57, 62
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.	57
EN7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	57, 62
<b>Aspecto: Agua</b>		
EN8	Captación total de agua por fuentes.	57, 60
EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	57, 60
EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	57, 60
<b>Aspecto: Biodiversidad</b>		
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, de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas.	N/A
EN12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas.	N/A
EN13	Hábitats protegidos o restaurados.	N/A
EN14	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	N/A

Indicador GRI		Pág. (s)	Localización en el Informe / Comentarios
EN15	Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie.	N/A	
<b>Aspecto: Emisiones, vertidos y residuos</b>			
EN16	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	N/D	
EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	N/D	
EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	N/D	
EN19	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.	N/A	Laboratorios Liomont no tiene operaciones en las que se emitan Clorofluoro Carbonos (CFC's) que tengan impacto en la capa de ozono.
EN20	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	N/A	N/A Laboratorios Liomont no tiene operaciones en las que se emitan NO, SO, u otras emisiones significativas.
EN21	Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	57, 60	Gestión Medioambiental y Energética / Agua.
EN22	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	65	Manejo de Residuos.
EN23	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	N/A	Durante 2012 no se registraron derrames significativos en la planta u oficinas corporativas de Liomont, ni se han activado planes de actuación de emergencia ambiental, en dicho sentido.
EN24	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	N/A	No existen residuos transportados internacionalmente en las operaciones de Liomont.
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.		Las oficinas corporativas y planta de Laboratorios Liomont están ubicados en zona urbana y no están próximas a espacios naturales protegidos. No se generan impactos directos sobre la biodiversidad.
<b>Aspecto: Productos y servicios</b>			
EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.	57	Gestión Medioambiental y Energética.
EN27	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de empaque, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	64	Manejo de Residuos.
<b>Aspecto: Cumplimiento normativo</b>			
EN28	Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.		Durante el ejercicio 2012 no se registraron multas o sanciones asociadas a incumplimientos relativos a la normativa ambiental por parte de Laboratorios Liomont.

Indicador GRI		Pág. (s)	Localización en el Informe / Comentarios
<b>Aspecto: 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.	N/D	
<b>Aspecto: General</b>			
EN30	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	57	Gestión Medioambiental y Energética.
<b>DIMENSIÓN SOCIAL</b>			
<b>Indicadores del desempeño de prácticas laborales y ética del trabajo</b>			
<b>Aspecto: Empleo</b>			
LA1	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato, por región y por sexo.	25	Nuestra Gente.
LA2	Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	25	Nuestra Gente.
LA3	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal.	25	Nuestra Gente.
LA15	Niveles de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo.	N/D	
<b>Aspecto: Relaciones Empresa/Trabajadores</b>			
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	25	Nuestra Gente.
LA5	Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	25	Nuestra Gente / Se aplica lo dispuesto en la legislación laboral vigente. / Ley Federal del Trabajo.
<b>Aspecto: 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.	25	Nuestra Gente.
LA7	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo.	25	Nuestra Gente.
LA8	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	25, 26, 31	Nuestra Gente: Formación y Desarrollo, y Salud Ocupacional.
LA9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	25	Nuestra Gente / No existe Sindicato en la empresa.
<b>Aspecto: Formación y educación</b>			
LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	25, 26	Nuestra Gente: Formación y Desarrollo.

Indicador GRI		Pág. (s)	Localización en el Informe / Comentarios
LA11	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.	25, 26	Nuestra Gente: Formación y Desarrollo.
LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional desglosado por sexo.	25, 26	Nuestra Gente: Formación y Desarrollo.
<b>Aspecto: diversidad e igualdad de oportunidades</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.	25, 26	Nuestra Gente: Igualdad de Oportunidades.
<b>Aspecto: igualdad de retribución entre mujeres y hombres</b>			
LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	25, 26	Nuestra Gente: Igualdad de Oportunidades / Liomont basa el cálculo de los salarios a partir de los resultados obtenidos del estudio "Diagnóstico Salarial" realizados por HayGroup en el mercado farmacéutico. Históricamente se ubica a la organización arriba de la cuadrilla promedio de compensaciones totales en el sector.
<b>DERECHOS HUMANOS</b>			
<b>Indicadores del Desempeño de Derechos Humanos</b>			
<b>Aspecto: Prácticas de inversión y abastecimiento</b>			
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.	25, 31	Nuestra Gente: Conducta Ética.
HR2	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.	35	Nuestra Cadena de Valor.
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.	35, 26	Nuestra Gente: Formación y Desarrollo.
<b>Aspecto: No discriminación</b>			
HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.		Liomont no reporta algún incidente por discriminación durante el ejercicio 2014.
<b>Aspecto: Libertad de asociación y convenios colectivos</b>			
HR5	Operaciones y proveedores significativos identificados en los que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos pueda ser violado o pueda correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	N/A	Laboratorios Liomont está comprometido con la defensa, respeto y protección de los derechos laborales básicos, y de los derechos humanos y libertades públicas reconocidas en la Declaración Universal de Derechos Humanos y ha suscrito formalmente su apoyo a los Diez Principios contenidos en el Pacto Mundial de Naciones Unidas. En su Código de Ética hay un apartado específico en donde se declara la no empleabilidad, ni directa ni indirecta, de mano de obra infantil, ni que admita trabajo forzoso y que garantiza la libertad de opinión y expresión de sus empleados.

Indicador GRI		Pág. (s)	Localización en el Informe / Comentarios
<b>Aspecto: Explotación Infantil</b>			
HR6	Operaciones y proveedores significativos identificados que conllevan un riesgo significativo de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición efectiva de la explotación infantil.	N/A	
<b>Aspecto: Trabajos Forzados</b>			
HR7	Operaciones y proveedores significativos identificados como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado u obligatorio, y las medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzado u obligatorio.	N/A	
<b>Aspecto: Prácticas de Seguridad</b>			
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.	10	Nuestra Empresa.
<b>Aspecto: Derechos de los Indígenas</b>			
HR9	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	N/A	No existe algún registro sobre violación de derechos de los indígenas, ni durante el periodo reportado, ni en años anteriores.
<b>Aspecto: Evaluación</b>			
HR10	Porcentaje y número total de operaciones que han sido objeto de revisiones o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos.	N/A	
<b>Aspecto: Medidas correctivas</b>			
HR11	Número de quejas relacionadas con los derechos humanos que han sido presentadas, tratadas y resueltas mediante mecanismos conciliatorios formales.	69, 23	Privacidad y Confidencialidad / Nuestros Clientes: Satisfacción al Cliente, y Canales de Atención al Cliente. / No se registró ninguna reclamación en esa materia.
<b>SOCIEDAD</b>			
<b>Aspecto: Comunidades locales</b>			
SO1	Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa.	40, 54, 51	Programas Sociales / Nuestro Compromiso con el Desarrollo / Educación Medioambiental.
SO9	Porcentaje de las operaciones con importantes repercusiones negativas reales o potenciales en las comunidades locales.	57, 60	Gestión Medioambiental y energética: Agua.
SO10	Medidas de prevención y de mitigación aplicadas en las operaciones con importantes repercusiones negativas reales o potenciales en las comunidades locales.	57, 60	Gestión Medioambiental y energética: Agua.
<b>Aspecto: Corrupción</b>			
SO2	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	25, 31	Nuestra Gente: conducta Ética.
SO3	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.	25, 31	Nuestra Gente: conducta Ética.

Indicador GRI		Pág. (s)	Localización en el Informe / Comentarios
SO4	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.		No hay constancia de que se hayan producido incidentes de corrupción en Laboratorios Liomont, ni internamente ni con cualquiera de los Grupos de Interés con los que se relaciona.
<b>Aspecto: Política pública</b>			
SO5	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying".	54	Nuestro Compromiso con el Desarrollo.
SO6	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	N/A	En México es ilegal el financiamiento de cualquier índole a partidos políticos o instituciones relacionadas a ellos, por lo que Liomont se apega estrictamente a ello.
<b>Aspecto: Comportamiento de competencia desleal</b>			
SO7	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	N/A	No existe registro de algún incidente sobre este tema.
<b>Aspecto: 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.	N/A	No existe registro de algún incidente sobre este tema.
<b>RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS</b>			
<b>Indicadores del desempeño de la responsabilidad sobre productos</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.	23, 20, 23	Nuestros Clientes: Nuestros Productos, Satisfacción al Cliente, y Canales de Atención al Cliente.
PR2	Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	N/A	No se registraron incidentes durante el año reportado.
<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.	12, 69, 20	Nuestra Filosofía Organizacional / Privacidad y Confidencialidad / Nuestros Productos. / Liomont se apega totalmente a la normativa regional vigente, que en el caso de México es dictada por la Secretaría de Salud.
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.	N/A	Ningún incumplimiento registrado en esta materia.
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	12, 69, 23	Nuestra Filosofía Organizacional / Privacidad y Confidencialidad / Nuestros Clientes: Satisfacción al Cliente, y Canales de Atención al Cliente.

Indicador GRI		Pág. (s)	Localización en el Informe / Comentarios
<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.	12, 23	Nuestra Filosofía Organizacional / Nuestros Clientes: Satisfacción al Cliente, y Canales de Atención al Cliente. / Liomont se apega a la normativa nacional en cualquier material de comunicación.
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.	N/A	Ningún incumplimiento registrado en esta materia.
<b>Aspecto: Privacidad del cliente</b>			
PR8	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	69, 23	Privacidad y Confidencialidad / Nuestros Clientes: Satisfacción al Cliente, y Canales de Atención al Cliente. / No se registró ninguna reclamación en esa materia.
<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.	69, 23	Privacidad y Confidencialidad / Nuestros Clientes: Satisfacción al Cliente, y Canales de Atención al Cliente. / No se registró ninguna reclamación en esa materia.

# 11

# El Pacto Mundial, Objetivos del Milenio y GRI



Áreas	Principios del Pacto Mundial	Indicadores GRI 3	ODM	
Derechos Humanos	1. Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.	DESEMPEÑO SOCIAL HRI-HR3 HR4 HR5, HR6, HR7 HR8 HR9 LA4	LA6-LA9 LA13, LA14 SO5 PRI, PR2, PR8.  DESEMPEÑO ECONÓMICO EC5	Objetivo 1: Erradicar la pobreza extrema y el hambre  Objetivo 3: Promover la igualdad entre géneros y la autonomía de la mujer  Objetivo 4: Reducir la mortalidad infantil  Objetivo 5: Fomentar la salud materna  Objetivo 6: Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades  Objetivo 8: Fomentar una asociación mundial para el desarrollo
	2. Evitar la complicidad en la violación de los derechos humanos.	DESEMPEÑO SOCIAL HRI-HR3 HR4 HR5, HR6, HR7 HR8 HR9 SO5		
Derechos Laborales	3. Apoyar y respetar la libertad de asociación y filiación y, el reconocimiento efectivo a la negociación colectiva.	DESEMPEÑO SOCIAL LA4-LA5 HRI-HR3 HR5 SO5		Objetivo 1: Erradicar la pobreza extrema y el hambre  Objetivo 3: Promover la igualdad entre géneros y la autonomía de la mujer  Objetivo 8: Fomentar una asociación mundial para el desarrollo
	4. Eliminar toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.	DESEMPEÑO SOCIAL HRI-HR3 HR7 SO5		Objetivo 1: Erradicar la pobreza extrema y el hambre  Objetivo 2: Lograr la enseñanza primaria universal  Objetivo 4: Reducir la mortalidad infantil
	5. Erradicar el trabajo infantil.	DESEMPEÑO SOCIAL HRI-HR3 HR6 SO5		Objetivo 1: Erradicar la pobreza extrema y el hambre  Objetivo 2: Lograr la enseñanza primaria universal  Objetivo 3: Promover la igualdad entre géneros y la autonomía de la mujer
	6. Eliminar la discriminación con respecto al empleo y la ocupación.	DESEMPEÑO SOCIAL LA2, LA15 LA13, LA14 HRI-HR3 HR4 SO5  DESEMPEÑO ECONÓMICO EC7		Objetivo 1: Erradicar la pobreza extrema y el hambre  Objetivo 2: Lograr la enseñanza primaria universal  Objetivo 3: Promover la igualdad entre géneros y la autonomía de la mujer  Objetivo 8: Fomentar una asociación mundial para el desarrollo

Áreas	Principios del Pacto Mundial	Indicadores GRI 3	ODM
Medio Ambiente	7. Aplicar enfoques orientados al desafío de la protección medioambiental.	DESEMPEÑO ECONÓMICO: EC2 DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL EN18 EN26 EN30  DESEMPEÑO SOCIAL SO5	Objetivo 1: Erradicar la pobreza extrema y el hambre  Objetivo 2: Lograr la enseñanza primaria universal  Objetivo 4: Reducir la mortalidad infantil  Objetivo 7: Garantizar la Sostenibilidad del Medio Ambiente
	8. Fomentar una mayor responsabilidad ambiental	DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL EN1, EN2 EN3-EN7 EN8-EN10 EN11-EN15 EN16-EN25 EN26, EN27 EN28 EN29 EN30  DESEMPEÑO SOCIAL SO5 PR3, PR4	
	9. Facilitar el desarrollo y la divulgación de medios tecnológicos respetuosos con el medio ambiente	DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL EN2 EN5-EN7 EN10 EN18 EN26, EN27 EN30  DESEMPEÑO SOCIAL SO5	Objetivo 7: Garantizar la Sostenibilidad del Medio Ambiente
Anti-corrupción	10. Lucha contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno.	DESEMPEÑO SOCIAL SO2-SO4 SO5-SO6	Objetivo 1: Erradicar la pobreza extrema y el hambre  Objetivo 2: Lograr la enseñanza primaria universal  Objetivo 8: Fomentar una asociación mundial para el desarrollo

# 12

# Carta de Verificación Externa



México, D.F. a 1 de octubre de 2015.

## INFORME DE VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE

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

AuditaRSE, (Firma Social S.C.) ha realizado, a petición de Laboratorios Liomont, S.A. de C.V., una verificación independiente de su Informe de Responsabilidad Social Empresarial 2014.

### ALCANCE

El alcance de la verificación consistió en la revisión del contenido e indicadores de desempeño presentados en el informe de referencia. Las opiniones contenidas en el documento verificado y su elaboración son responsabilidad de Laboratorios Liomont, S.A. de C.V.

### INDEPENDENCIA

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

### METODOLOGÍA DE VERIFICACIÓN

Nuestra revisión tomó como base los estándares (ISAE 3000), las normas de Accountability AA1000 y la metodología del Global Reporting Initiative (GRI G3) para la realización de reportes de sustentabilidad, considerando la inclusión del suplemento para el Sector Financiero del propio GRI.

La verificación fue realizada en las oficinas corporativas de Laboratorios Liomont, S.A. de C.V. ubicadas en el Edificio Espacio Santa Fe, Carretera México Toluca No. 5420 Piso 12 Col. El Yagüí, Delegación Cuajimalpa, C.P. 05320, México, Distrito Federal, llevándose a cabo las siguientes revisiones:

Físicas, mediante observación in situ de los esfuerzos descritos en el reporte.

Testimoniales, a través de entrevistas con el personal para conocer la gestión y la profundidad de los programas de trabajo de sustentabilidad.

Documentales. Examinamos, sobre bases muestrales, los datos e información contenidos en el informe a través de:

Verificación de la existencia de evidencias externas o internas que respaldan la información presentada.

Firma Social, S.C. Tel. (01) 55 5281 8016 [contacto@auditarse.com.mx](mailto:contacto@auditarse.com.mx)  
Paseo de la Reforma 250 Torre B Piso 10 Oficina 9  
Col. Juárez, C.P. 06600, México, D.F.



1



Revisión de los sistemas, procesos y procedimientos de recopilación, de consolidación y de reporte de datos;

Verificación de la consolidación de los datos e información que se presenta de manera agregada.

Validación a la consistencia de la información presentada en el informe 2014 respecto al informe 2013 y el seguimiento a programas e indicadores relevantes.

### RECOMENDACION

Durante el proceso de verificación que realizamos al Informe de Responsabilidad Social 2014 de Laboratorios Liomont, S.A. de C.V., pudimos apreciar y constatar el esfuerzo sostenido en la promoción y difusión de la Responsabilidad Social dentro de la empresa como con sus diversos grupos de interés.

En nuestra opinión, consideramos conveniente empezar a realizar las adecuaciones necesarias a sus planes y actividades de recopilación y presentación de información, tendientes a aplicar la versión G4 del GRI en su próximo informe.

### CONCLUSIONES

Al no contar con evidencia que haga notar diferencias y contradicciones de la información, consideramos que, el Informe de Responsabilidad Social Empresarial de Laboratorios Liomont, S.A. de C.V. contiene datos fidedignos y éstos representan de manera coherente y razonable los resultados para el periodo informado.

En nuestra calidad de Verificadores Independientes declaramos que, el Informe 2014 de Laboratorios Liomont, S.A. de C.V. corresponde a un nivel B+, de acuerdo al nivel de aplicación referido en la Guía para la Elaboración de Memorias de Sustentabilidad (G3) del Global Reporting Initiative.

Dr. Guillermo Cruz Reyes  
AuditaRSE  
Socio Director

C.P. Guillermo Suárez Soriano  
AuditaRSE  
Asociado Senior

Firma Social, S.C. Tel. (01) 55 5281 8016 [contacto@auditarse.com.mx](mailto:contacto@auditarse.com.mx)  
Paseo de la Reforma 250 Torre B Piso 10 Oficina 9  
Col. Juárez, C.P. 06600, México, D.F.



2

## » Capacidad de Respuesta

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

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

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

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

