

A photograph of three women standing in a field of tall grass, smiling and looking towards the camera. The woman on the left is wearing a light pink outfit, the woman in the middle is wearing a brown outfit, and the woman on the right is wearing a light green outfit. The background is a lush green forest.

Informe de sostenibilidad 2019

ORIFLAME
— SWEDEN —

Índice

Aspectos destacados de sostenibilidad.....	4
Operaciones 100% neutras para el clima	8
Aspectos destacados de la sostenibilidad del producto.....	12
Declaración del director general.....	14
Huella geográfica.....	18
Estrategia de sostenibilidad.....	20

Oportunidad para Socios 24-33

Ingresos adicionales.....	26
Crecimiento y desarrollo.....	28
Sentido de pertenencia.....	30
Metas y compromisos.....	32

Respeto por la naturaleza 34-69

Reducción del impacto ambiental - nuestro recorrido.....	36
Agua.....	38
Bosques.....	42
Entorno	46
Empaques	54
Formulaciones.....	58
Metas y compromisos.....	64

Pasión por la gente 70-91

Experiencia de los empleados.....	72
Derechos humanos.....	76
Seguridad del consumidor.....	82
Productos socialmente responsables.....	84
Metas y compromisos.....	88

Comunicación y participación 92-101

Comunicar la sostenibilidad	94
Iniciativas regionales de sostenibilidad.....	96
Fundación Oriflame.....	98
Participación de las partes interesadas	100

Enfoque gerencial 102-113

Organizarse para mejorar	104
Materialidad.....	105
Indicadores clave de sostenibilidad material.....	106
Apoyo a las metas de desarrollo sostenible.....	110
Riesgos para la sostenibilidad	112
Acerca de este informe	114

Nuestra fórmula

El éxito empresarial de Oriflame se basa en una fórmula sencilla: combinar el deseo natural de la gente de mejorar sus vidas con la oportunidad adecuada, y así crear un cambio real y positivo.

Nos sentimos orgullosos de ofrecer la oportunidad de hacer ese cambio a todas las personas alrededor del mundo. Si comparten nuestra pasión por la belleza y el bienestar, podemos ayudarles a traer más de esto al mundo. Para la mayoría de la gente, esto significa ahorrar dinero al mismo tiempo que disfruta de nuestros productos de belleza y Wellness (bienestar) responsables. Para otras personas, significa usar nuestro modelo de venta directa para obtener un ingreso o construir un negocio.

Oriflame cuenta con un modelo de negocio comprobado, que además es perfecto para el mundo moderno de las redes. Es flexible, digital y funciona gracias a las millones de relaciones y recomendaciones de confianza. Con un riesgo bajo, ofrecemos "el espíritu empresarial en una caja".

Al acelerar nuestro negocio, tenemos un impacto positivo en las personas y comunidades de todo el mundo. El valor del emprendimiento local en nuestra sociedad mundial es bien reconocido, desde los empleos que genera hasta las habilidades que fomenta.

Con más de 50 años, Oriflame es la elección de tres millones de personas. Mirando hacia el futuro, nos comprometemos a seguir construyendo con base en esta sencilla fórmula y así empoderar a las personas y hacer posible un cambio positivo en todo el mundo.

Aspectos destacados de sostenibilidad

Respeto por la naturaleza

Organizamos nuestras primeras dos **conferencias*** de

neutralidad climática

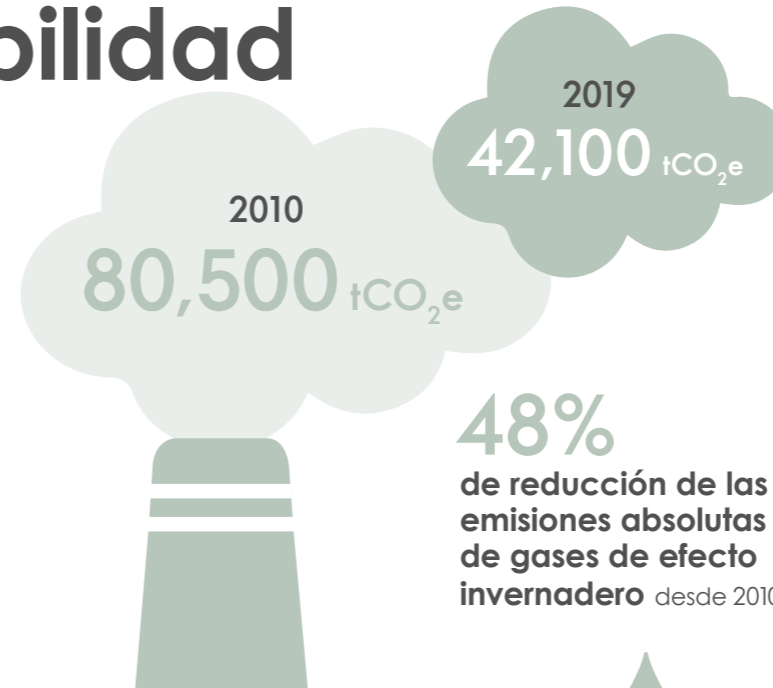


*De acuerdo con la certificación Climate Neutral Event por South Pole

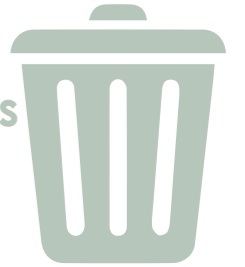
100%

de los empaques del producto y el papel de los catálogos es una combinación procedente de fábricas de papel o materiales reciclados

certificados con credibilidad



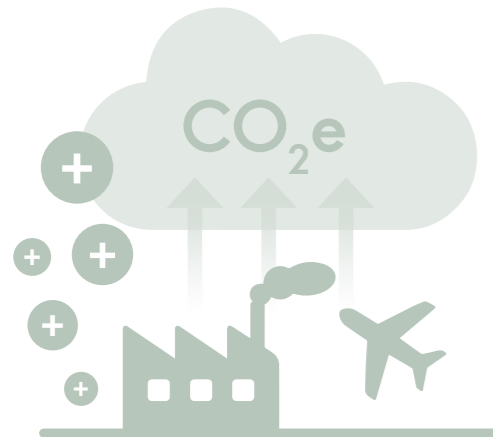
Cero desperdicios



a vertederos desde nuestra fabricación

Lanzamos nuestra primera gama de cuidado de la piel con

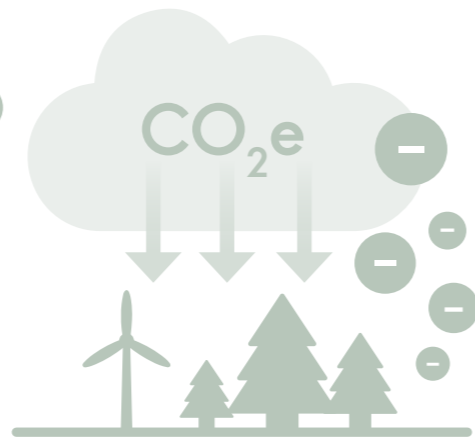
productos de limpieza biodegradables



100%

operaciones climáticamente neutras*

*Hemos estado trabajando para reducir nuestro impacto climático durante los últimos nueve años. Para aquellas emisiones que no pudimos reducir en 2019, compensamos el entorno con proyectos de reforestación y conservación de bosques; con ello, nuestras operaciones fueron climáticamente neutras.



Premiados con la máxima calificación en el informe de "Walk the Talk" sobre sostenibilidad de la Escuela de Economía de Estocolmo



aceite de palma certificado

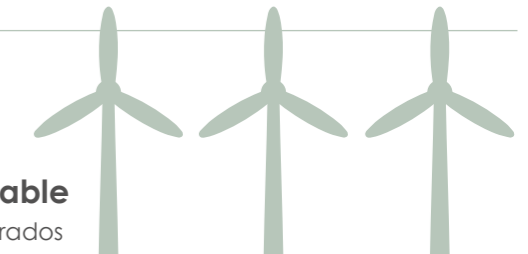
100 % sostenible

ya sea por balance de masa (76%) o cubierto por créditos RSPO (24%)

100%

electricidad renovable

en todas las plantas operados por Oriflame desde 2018

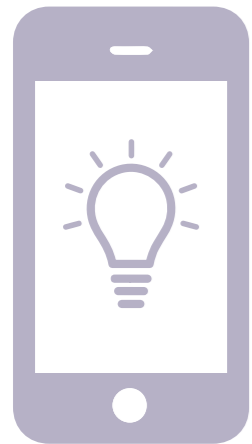


Oportunidad para socios

Más de



distribuidos a socios Oriflame
en bonos y otras formas de reconocimiento



50 mercados han implementado nuestra plataforma de aprendizaje a distancia. Los Socios concluyeron más de

167,000 cursos

durante el año.

Más de



de Socios registrados en
más de

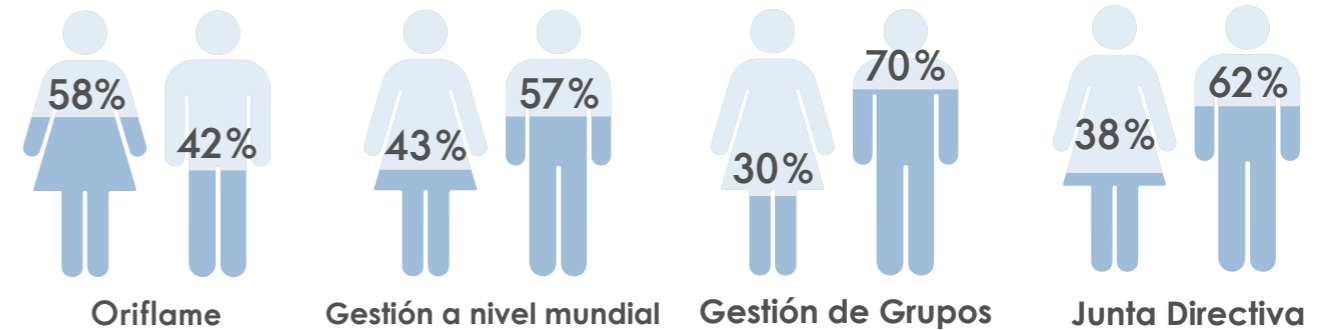


Pasión por la gente



representadas en
nuestro equipo de
trabajo a nivel mundial

Equilibrio de géneros



Se implementó el eNPS* a escala mundial y la medición llegó a

43 mercados



*Net Promoter Score de empleados



Ganador
Premios a la Mejor Cultura de Aprendizaje de Talentos de LinkedIn Learning

72%

de los empleados han asistido al seminario Oriflame Way





Operaciones 100% neutras para el clima

Hemos estado trabajando para reducir nuestro impacto climático durante los últimos nueve años. En 2010, comenzamos nuestro cálculo anual de las emisiones operativas de gases de efecto invernadero según el Protocolo de Gases de Efecto Invernadero. Desde entonces, se han puesto en marcha varias iniciativas para reducir nuestras emisiones iniciales.

En 2019, intensificamos nuestras ambiciones climáticas, y más allá de cuantificar y reducir nuestras emisiones de gases de efecto invernadero en 48% desde 2010, hemos compensado la parte restante, lo que nos hace climáticamente neutros en nuestras propias operaciones, incluyendo nuestra fabricación. Como siguiente paso, estableceremos objetivos climáticos con base científica para nuestro negocio y cadena de valor.

En 2010, el alcance de las emisiones establecidas (alcance 1, alcance 2 y partes del alcance 3) incluía las emisiones procedentes de la energía, los viajes, partes de los transportes logísticos, los productos químicos, el agua y los residuos. Desde entonces, se ha mantenido el mismo alcance y se informa anualmente.

Desde 2010 nos hemos centrado en la reducción de las emisiones en varias iniciativas, como las auditorías energéticas, la inversión en electricidad renovable,

la implementación de un programa logístico y la certificación de sostenibilidad de nuevas construcciones y renovaciones importantes mediante las certificaciones LEED® o BREEAM. Estas iniciativas han dado como resultado una reducción de 48% de las emisiones absolutas de gases de efecto invernadero desde 2010.

Para aquellas emisiones que no pudimos reducir en 2019, hemos decidido compensarlas climáticamente con proyectos de reforestación y conservación de bosques ubicados en cuatro mercados Oriflame. En la India y México, hemos invertido en proyectos de reforestación que apoyan la captura y almacenamiento de carbono y también benefician el desarrollo económico regional. En Indonesia y China, elegimos proyectos de conservación de bosques que promueven el desarrollo sostenible y reducen las emisiones de gases de efecto invernadero protegiendo los bosques de la deforestación. Para obtener más información sobre estos proyectos, consulta las páginas 51 y 52.

Al equilibrar nuestras emisiones emitidas con una cantidad igual de iniciativas de reducción del clima y compensaciones de carbono, nuestras operaciones son neutralmente climáticas. Sin embargo, para lograr la total neutralidad climática de toda la empresa, necesitamos comprender, reducir y compensar las emisiones de gases de efecto invernadero de toda nuestra cadena de valor. Por lo tanto, actualmente estamos llevando a cabo una evaluación climática de toda nuestra cadena de valor. Entonces, nuestro siguiente paso es establecer objetivos de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero en toda la compañía, de acuerdo con la última ciencia climática para 2030.

Organización de nuestras primeras conferencias sobre neutralidad climática en 2019

En 2019, organizamos nuestras primeras dos conferencias sobre neutralidad climática de acuerdo con la certificación Climate Neutral Event (Evento climáticamente neutro) de South Pole. Para el 2020, todas nuestras conferencias mundiales y regionales estarán certificadas como climáticamente neutras.

En agosto, se organizó en Estocolmo la Conferencia de Oro 2019 para Socios y Líderes de Turquía, Asia y África. El enfoque principal de la conferencia fue la sostenibilidad y este evento fue la primera conferencia climáticamente neutra organizada por Oriflame.

Oriflame hizo que se cuantificaran y contabilizaran todas las emisiones de gases de efecto invernadero de la conferencia de acuerdo con el Protocolo de Gases de Efecto Invernadero, incluyendo los viajes, comidas, estancias en hoteles, uso de energía, etc. de todos los asistentes. Estos cálculos fueron validados por una tercera parte, South Pole, para asegurar la conformidad con su certificación Climate Neutral Event definida por la más estricta norma PAS 2060. Luego, implementamos varias iniciativas de reducción de emisiones para reducir el impacto climático. Algunas de nuestras iniciativas incluyeron:

- Hoteles y lugares céntricos para fomentar los traslados a pie en lugar de en autobús.
- Lugares que funcionan con electricidad 100% renovable
- Transporte impulsado por diesel renovable y principales líderes transportados en coches Tesla
- Compartir toda la información a través de la aplicación de la Conferencia Oriflame, por lo que no había materiales impresos
- Diplomas y estatuillas de madera con certificación FSC™ para el Rally Beauty by Sweden
- Anuncio de la marca sostenible de formato amplio hecho de madera y plantas

Las emisiones restantes (7,000 tCO₂e), se compensaron climáticamente en proyectos de reforestación y conservación de bosques en India, México, Indonesia y China. Para obtener más información sobre los proyectos, consulte las páginas 51-52.

Un mes más tarde, se organizó en Mónaco la Conferencia Oro 2019 para los Socios y Líderes de Europa. Se obtuvo la misma certificación para esta conferencia, cuantificando y validando las emisiones de gases de efecto invernadero y compensando climáticamente las emisiones restantes (350 tCO₂e).





Aspectos destacados de la sostenibilidad del producto

Estamos trabajando para mejorar el rendimiento de la sostenibilidad de nuestros productos en todas las categorías de productos. Durante el año 2019, lanzamos varios productos nuevos con un mejor perfil de sostenibilidad:

Cuidado de la piel Love Nature

Volvimos a lanzar nuestra gama de cuidado de la piel Love Nature, con formulaciones sin parabenos y con extractos naturales de origen orgánico. Las formulaciones de Love Nature no contienen silicona, son biodegradables y sólo utilizan partículas exfoliantes de origen natural. Las botellas de plástico están hechas en 50% de plástico reciclado post consumo.

Accesorios de moda hechos con materiales reciclados

En la categoría de accesorios, lanzamos una gama de bufandas tejidas hechas en 30% de botellas de PET recicladas. En 2020, todas las bufandas tejidas estarán hechas en 40% de PET reciclado y la mayoría de los revestimientos de las bolsas consistirán en 100% de PET reciclado. Esta iniciativa dará como resultado el reciclaje de 6 millones de botellas de PET al año.

Aumento del uso de plásticos reciclados en los envases para el cuidado personal

Estamos trabajando arduamente para aumentar el contenido reciclado de todos nuestros envases, incluyendo nuestros plásticos. En 2019, los productos de cuidado personal de nuestra cartera actual de productos se actualizaron con envases más sostenibles. El 50% del material utilizado en las botellas de jabón líquido de manos de Milk & Honey y Love Nature es ahora de plástico reciclado post consumo (PCR). Además, todos los jabones de mano de Essence & Co tienen una botella mejorada hecha en 30% de plástico PCR.

Paleta recargable Make-up Pro

La paleta ONE Make-up Pro es una paleta de maquillaje recargable con seis ranuras de recarga para que los clientes puedan mezclar y combinar una selección de tonos. La paleta de plástico es reutilizable, así que el único residuo del cliente son las pequeñas bandejas de metal que sostienen las sombras de ojos. Cuando una sombra se termina, la rellenas con una nueva sombra y reciclas el viejo envase.



Declaración del Director General

La sostenibilidad es el núcleo de lo que somos como empresa, es parte de nuestra herencia, nuestra marca y nuestra misión para cumplir sueños. Queremos asegurarnos de que las generaciones futuras, ya sean propietarios, empleados o Socios, hereden un negocio que les permita desarrollar una empresa aún más fuerte con el propósito de cumplir sueños.



Oriflame comenzó como una empresa familiar hace 53 años y hoy, Oriflame Holding AG ha vuelto a ser propiedad de la familia después de haber sido retirada de la lista de la bolsa de valores del Nasdaq de Estocolmo el 17 de julio de 2019. La compañía ahora es propiedad de los miembros de las familias de Robert af Jochnick y del difunto Jonas af Jochnick, respectivamente, y de algunas personas estrechamente relacionadas con ellos. Esta transformación de la propiedad no afecta nuestras estrategias. Más bien nos da la oportunidad enfocarnos aún más a largo plazo, algo de lo que se beneficiará nuestra inversión en sostenibilidad.

La sostenibilidad también es una parte intrínseca de nuestro posicionamiento de marca Beauty by Sweden - se trata realmente de una belleza responsable, creando productos seguros y más sostenibles que se inspiran en la naturaleza y son impulsados por la ciencia.

Desde el principio, Oriflame ha hecho accesible el emprendimiento. Con una atractiva cuota de inscripción y sin necesidad de invertir en el inventario de productos, los Socios tienen la posibilidad de empezar a usar y vender los productos Oriflame y ganar dinero desde el primer día. Al brindar a las personas de todo el mundo esta oportunidad de negocio, hemos visto cómo crea un cambio real y positivo en la vida de nuestros Socios.

Nuestros logros en 2019

La lucha contra el cambio climático sigue siendo la prioridad de nuestra agenda en lo que respecta a nuestros esfuerzos medioambientales. Y hay buenas razones para ello. Esto es lo que el Foro Económico Mundial declaró en su Informe de Riesgo Mundial de 2020:

"El cambio climático está golpeando más fuerte y más rápidamente de lo que muchos esperaban. De manera alarmante, las temperaturas mundiales están en camino a aumentar por lo menos 3°C a finales del siglo - el doble de lo que los expertos en clima han advertido como el límite para evitar las consecuencias económicas, sociales y ambientales más graves".

“A pesar de que hemos reducido nuestras emisiones de carbono en 48% en términos absolutos desde 2010, estamos redoblando nuestras ambiciones”.

El cambio climático no es algo que vaya a ocurrir en un futuro lejano. Está sucediendo ahora mismo. Aunque hemos reducido nuestras emisiones de carbono en 48% en términos absolutos desde 2010, estamos redoblando nuestras ambiciones. Todas nuestras emisiones restantes se compensan a través de la preservación y conservación de los bosques, así como de la plantación de árboles. La asombrosa cifra de 6 millones de árboles están protegidos de la deforestación y cada año se plantan alrededor de medio millón de árboles en 4 proyectos forestales diferentes situados en la India, Indonesia, China y México. Gracias a estos proyectos forestales, ahora podemos decir con orgullo que a partir de 2019, toda nuestra fabricación es climáticamente neutra y que a partir de 2020, todas las conferencias mundiales y regionales también son climáticamente neutras. Este es un logro que ha sido bien recibido tanto por los empleados como por los Socios. Para estas fechas el próximo año, habremos establecido nuestros objetivos basados en la ciencia, de acuerdo con los objetivos del Acuerdo de París para ayudar a mantener las temperaturas mundiales en o por debajo de 1.5 grados centígrados, en comparación con los niveles preindustriales.

“Si ofrecemos nuestra oportunidad de negocio a más personas, podemos habilitar olas de cambio que impactarán positivamente a las personas en todo el mundo”.

Muchos países en los que operamos están luchando con un paisaje de tiraderos cada vez más grandes. Teniendo en cuenta esto, me enorgullece decir que 0% de los residuos de nuestras fábricas van a parar a los tiraderos. En cambio, los residuos se están tratando a través de iniciativas como el reciclaje u otras soluciones responsables de tratamiento de residuos. Obviamente, estoy muy orgulloso de todos los logros en materia de sostenibilidad que hemos tenido en la última década, pero también es muy tranquilizante cuando podemos demostrar nuestros avances tanto en relación con nuestra propia industria, como en comparación con otras grandes empresas suecas progresistas. El informe "Walk and Talk", desarrollado por el Centro Mistra de Mercados Sostenibles de la Escuela de Economía de Estocolmo, colocó a Oriflame como la segunda mejor compañía entre las 95 empresas más grandes del Nasdaq OMX de Estocolmo, en términos de lo que nosotros en Oriflame consideramos como trabajo e informes sistemáticos de sostenibilidad.

También mostró que nuestra comunicación de sostenibilidad es muy equilibrada, lo que significa que no decimos ni muy poco ni demasiado en relación con lo que hacemos.

En otra clasificación de sostenibilidad, hecha por Corporate Knights, quedamos en el 4% superior entre las 7396 empresas mundiales calificadas.

Hacia el futuro

Es imposible escribir una declaración de Director General a mediados de marzo sin reflexionar sobre el brote de coronavirus. Y aunque hay numerosas perspectivas sobre esta crisis global, ciertamente muestra la necesidad de negocios sostenibles a largo plazo, ya que cualquier cosa puede suceder en este mundo de mayor interdependencia.

Mirando hacia el futuro, hay cuestiones que todavía tenemos que tratar, como nuestras ambiciones en torno a los residuos plásticos y la economía circular. Creo que si aceleramos nuestro negocio y proporcionamos nuestra oportunidad de negocio a más gente aún, podemos habilitar olas de cambio que impactarán positivamente a las personas y comunidades en todo el mundo. Para hacerlo, nuestro compromiso genuino con todas las personas que se encuentran en nuestro negocio, desde empleados hasta socios, clientes y proveedores, es crítico para el negocio. Por último, dados los desafíos medioambientales a los que se enfrenta el mundo, nuestro respeto por la naturaleza sigue siendo clave para nuestro legado, nuestra marca y nuestro éxito. Continuemos juntos para construir un mañana más hermoso.

Magnus Brännström

Magnus Brännström, Director General y Presidente



Huella geográfica

Nuestros mercados de venta

Estamos presentes en más de 60 mercados (incluidos los mercados operados por franquicias) y hemos identificado seis de ellos como mercados estratégicos (México, Rusia, Turquía, India, China e Indonesia). Para hacer crecer más nuestro negocio, estamos centrando nuestros recursos e inversiones en estos mercados estratégicos. En 2019, cerramos Myanmar como mercado de ventas y abrimos un mercado en Uzbekistán y una Oficina de Apoyo al Grupo en Singapur.

Producción

Tenemos seis plantas de producción en cuatro países (Polonia, China, Rusia e India).

Centros de distribución del Grupo

Tenemos cuatro Centros de Distribución del Grupo en cuatro países (Polonia, Hungría, Ucrania y Rusia).

Oficinas corporativas

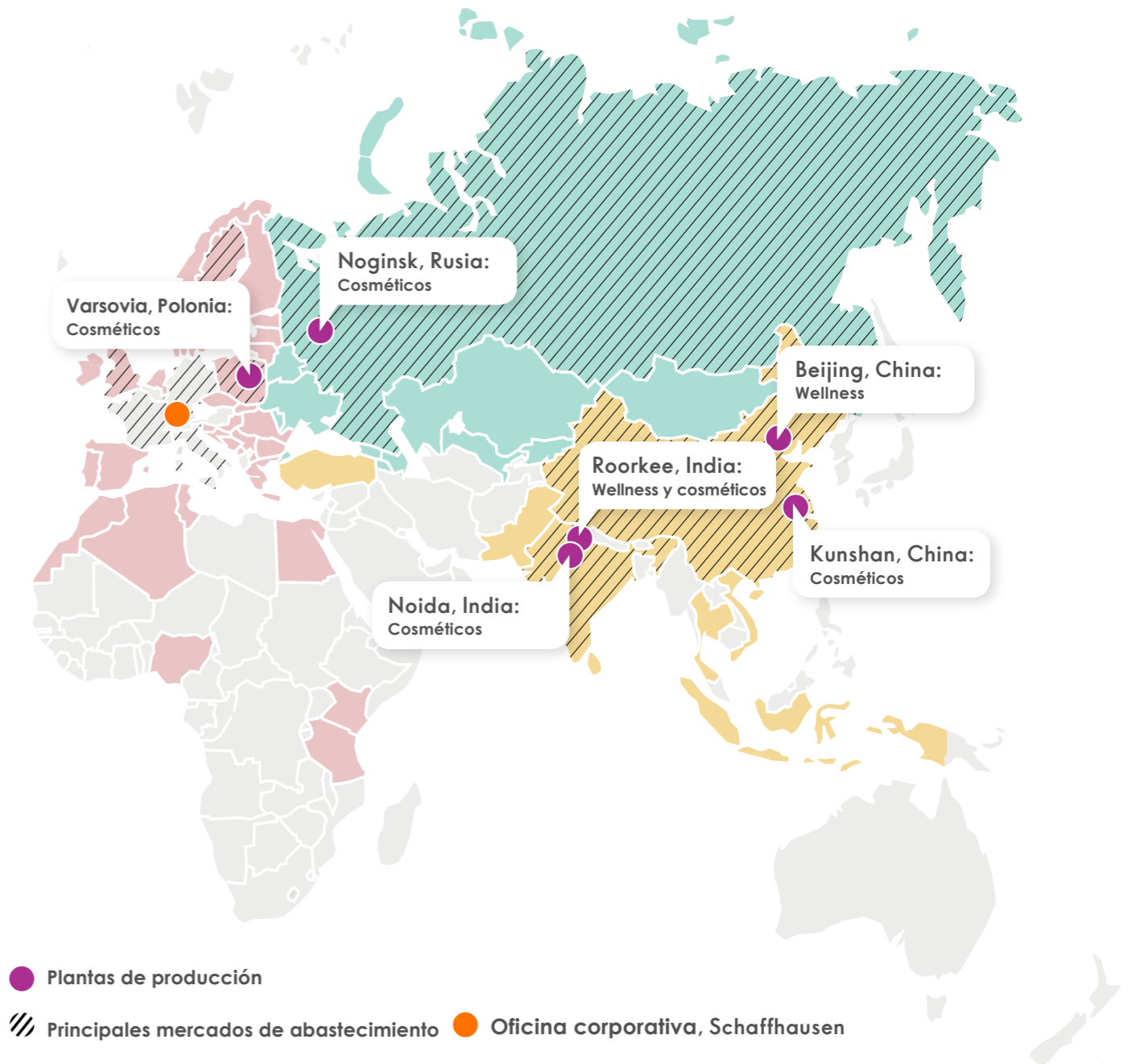
- Oficina corporativa en Schaffhausen (Suiza)
- Oficinas de apoyo de Grupos en Dublín (Irlanda), Luxemburgo (Luxemburgo), Singapur (Singapur), Estocolmo (Suecia), Stuttgart (Alemania) y Varsovia (Polonia)
- Centro Mundial de Excelencia en Tecnología de la Información en Olomouc (República Checa)
- Centro de Excelencia Financiera de Apoyo a Grupos en Varsovia (Polonia)

Cadena de suministro

Más de 60% de los volúmenes de nuestros productos se fabrican en nuestras propias plantas de producción. Abastecemos cerca de 460 millones de unidades cada año de más de 50 proveedores de productos terminados mundiales y regionales. Estos se envían a los mercados de Oriflame en todo el mundo. Nuestros principales mercados de abastecimiento son Polonia, Rusia, India, China, Reino Unido, Francia, Suecia, Italia y Alemania.

Regiones de ventas:

- América Latina
- Europa y África
- Asia y Turquía
- CEI





Estrategia de sostenibilidad

La sostenibilidad es el núcleo de lo que somos como compañía - es parte integral de nuestra herencia sueca, nuestra marca y nuestra misión de cumplir sueños. Nuestro compromiso a largo plazo con la sostenibilidad también se refleja en el posicionamiento de nuestra marca Beauty by Sweden - la belleza no es tanto cómo te ves, sino cómo te sientes, vives y actúas.

Tomar medidas para aumentar el impacto positivo de la empresa en la vida de las personas y al mismo tiempo reducir cualquier impacto negativo en el medio ambiente es una parte clave de nuestra estrategia de sostenibilidad. Esta combinación es fundamental para las tres áreas centrales de nuestra estrategia de sostenibilidad: Oportunidades para socios, respeto por la naturaleza y pasión por la gente.

Esta estrategia detallada se enmarca en el corazón mismo del modelo de negocio de Oriflame, donde las oportunidades que se ofrecen a los Socios se traducen en un cambio real y positivo.



Esto puede ir desde un simple aumento de los ingresos disponibles y el impacto social que esto tiene en una familia, hasta el aumento de las habilidades empresariales, la mejora de la autoestima y la confianza, así como un recién adquirido sentido de pertenencia. Los esfuerzos de la empresa por reducir su impacto ambiental se centran en las acciones que ofrecen la mayor oportunidad y posibilidad de lograr el cambio. Los acontecimientos recientes en relación con el cambio climático y la pérdida de diversidad biológica indican que lograr un cambio fundamental es más urgente que nunca. Nuestro nuevo objetivo de reducir la huella ambiental de la empresa por unidad de producto en 50% para el año 2030 demuestra el serio compromiso de Oriflame con la eliminación de todo impacto negativo resultante del negocio.

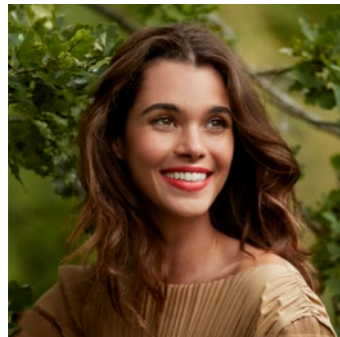
También ha aumentado el interés por la sostenibilidad entre los empleados, los inversores y los socios. Estar en posición de cumplir sus expectativas de Oriflame como empresa es muy importante para nosotros. De hecho, por todas las razones mencionadas anteriormente, cumplir con nuestra estrategia de sostenibilidad es vital.

Tres áreas de enfoque estratégico

1 Oportunidad para Socios

Centrándonos en el valor que podemos ofrecer a nuestros Socios, esta sección aborda la oportunidad de ingresos y el consiguiente aumento de la flexibilidad y la libertad. También destaca el empoderamiento y la creación de habilidades, así como el acceso a una comunidad local e internacional de personas con ideas afines.

Lee más sobre nuestra Oportunidad para Socios en las páginas 24-33.



2 Respeto por la naturaleza

En esta parte del informe abordamos los aspectos medioambientales de nuestro negocio, como el envasado y las formulaciones, así como el impacto de nuestro negocio en los bosques, el agua y el clima.

Lee más sobre nuestro Respeto por la naturaleza en las páginas 34-69.

3 Pasión por la gente

Esta sección abarca todo lo relacionado con la sostenibilidad y las personas de toda nuestra cadena de valor, desde nuestros consumidores y socios, hasta nuestros empleados y los empleados de nuestros proveedores. Esto incluye temas como nuestro trabajo relacionado con el Código de conducta del proveedor, nuestro trabajo de seguridad del consumidor y nuestros esfuerzos para crear productos socialmente responsables.

Lee más sobre nuestra Pasión por la gente en las páginas 70-91.



Estructura de la estrategia

Estas tres áreas centrales están respaldadas por 12 subáreas que contienen 44 objetivos con diferentes horizontes de tiempo, con la mayoría de los nuevos objetivos fijados para 2025. Oriflame también ha creado una serie de objetivos para 2030 de manera que concuerden con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las ONU e impulsar aún más sus iniciativas sostenibles.





Oportunidad para Socios

Nuestro negocio llega a más de tres millones de Socios cada año, dándonos una oportunidad verdaderamente única de tocar vidas. Esto es fundamental para el modelo de negocio de Oriflame, y es el núcleo de nuestra estrategia de sostenibilidad.

El impacto de nuestro negocio en la vida de las personas es verdaderamente inspirador. La venta social da a la gente – con mayor frecuencia mujeres – una oportunidad real de ganar un ingreso dentro de un marco más flexible que el empleo tradicional y combinarlo con el cuidado de los niños, los estudios o el trabajo desde casa. Una de las ventajas más importantes es la flexibilidad y la libertad que nuestros socios obtienen de la oportunidad de negocio.

Además, cuando alguien se convierte en Socio Oriflame, tiene acceso a una red, a entrenamientos, a reuniones y eventos. También ganan reconocimiento, lo que aumenta su autoestima y confianza, así como sus habilidades.

Todos estos beneficios permiten el desarrollo en lugares donde este impacto juega un papel más importante. Para seguir avanzando, queremos seguir aportando un cambio positivo y sostenible a la vida de nuestros Socios, contribuyendo al mismo tiempo al desarrollo económico.

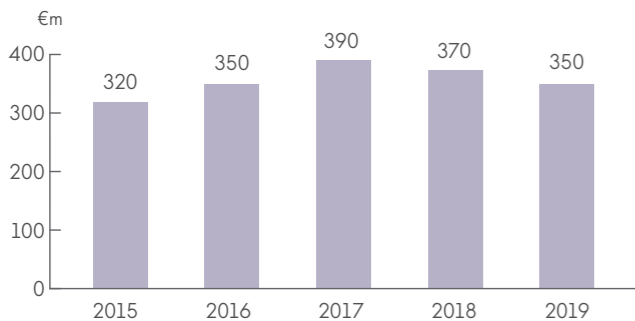
Nuestra visión es convertirnos en la compañía de belleza número uno en ventas directas. Al lograr este objetivo, nuestro negocio se hará aún más accesible a las personas de todo el mundo. Esta oportunidad, junto con el deseo natural de la gente de mejorar sus vidas, creará un cambio real y positivo.

Ingresos adicionales

El modelo de negocio de Oriflame crea valor ofreciendo a las personas de todo el mundo la oportunidad de mejorar sus vidas: permitiendo oportunidades empresariales para los Socios Oriflame así como una experiencia de compra única para los clientes. En 2019, Oriflame cuenta con más de tres millones de activos registrados en más de 60 países, generando ventas anuales de alrededor de 1.3 mil millones de euros.

Cualquiera que viva en uno de nuestros mercados alrededor del mundo, puede convertirse en Socio Oriflame. Pueden ahorrar dinero en los productos que compran para ellos y sus familias y ganar un pequeño ingreso extra a través de un trabajo de medio tiempo o tiempo completo y desarrollar una carrera en ventas directas. La mayoría de los socios eligen la primera opción.

Cantidad total pagada a Socios y Líderes anualmente



Además del beneficio inmediato de alrededor de 20% que los Socios obtienen cuando venden un producto, también distribuimos bonos y otras formas de reconocimiento. En 2019, distribuimos más de 350 millones de euros, un poco menos de los 370 millones de euros del 2018. La reducción se debió principalmente al cambio en la mezcla geográfica, así como a los menores costos de reconocimiento del plan en Asia y Turquía debido a las menores ventas.

Debido a que la mayoría de los Socios Oriflame son mujeres que viven en países en vías de desarrollo, este tipo de ingresos adicionales puede marcar una gran diferencia en sus vidas.

Socio comercial de confianza

Es de suma importancia para Oriflame que actuemos como un socio comercial de confianza para todos los Socios Oriflame.

Oriflame es miembro tanto de la Asociación de Venta Directa (DSA) en los países donde opera como de la Federación Mundial de Asociaciones de Venta Directa (WFDSA), que es presidida por nuestro Director General. Como miembro de la WFDSA, Oriflame se compromete anualmente a cumplir con el Código de Ética descrito por la Federación. El Código de Ética es un conjunto de directrices que asegura que las empresas que operan en la industria de la venta directa traten a su fuerza de ventas y a sus clientes de forma ética y justa.

Como parte del proceso para convertirse en Socio, todos deben firmar y cumplir el Código de Ética y las reglas de conducta de Oriflame.

De acuerdo con los estándares éticos de Oriflame, se espera que los Socios Oriflame cumplan con todos y cada uno de los requisitos legales del país donde operan su negocio Oriflame.

Satisfacción de los Socios

Es importante que comprendamos cómo se están desempeñando todos nuestros Consultores, en donde quiera que se encuentren y sin importar cuánto vendan y ganen. Medir su satisfacción proporciona una visión de cómo nuestra marca cumple sus expectativas y cómo podemos trabajar con mejoras dentro de cada región.

Hemos utilizado el Net Promotor Score (NPS) para medir la satisfacción de los Socios en todos nuestros mercados desde finales de 2017 y continuamos utilizándolo a la fecha. El NPS nos muestra la probabilidad de que los Socios recomienden Oriflame a un amigo cercano o a un familiar. Además, también calculamos otras medidas de satisfacción como el servicio al cliente y la disponibilidad y calidad del producto. Recopilamos información sobre sus expectativas, así como indicaciones sobre cómo y dónde podemos mejorar. Este proceso nos ayuda a identificar áreas de mejora en todos nuestros mercados.

En 2019, 85% de los países participantes mejoraron sus resultados del NPS, lo que significa que el número de personas felices de recomendar Oriflame está aumentando. Nuestro objetivo para 2020 es salir aún mejor en nuestro índice de lealtad.



“Desde el principio supe que con el Plan de Éxito de Oriflame, podía ganar dinero y construir un mejor futuro”.

Rengthangpuii Sailo
Directora, India



Crecimiento y desarrollo

El desarrollo personal y profesional es una parte importante de nuestra propuesta de valor. Nuestro objetivo es proporcionar a nuestros socios una trayectoria gratificante, y lo logramos ofreciendo varias herramientas y capacitaciones. El Estudio de Vendedores Directos realizado por Seldia (2018), mostró que el crecimiento y el desarrollo es muy importante para los Vendedores Directos. 72% concluyó que sus habilidades con la gente han mejorado y 66% declaró mejoras en la administración del negocio y en las habilidades de ventas, como resultado de trabajar con la venta directa.

La estrategia digital de Oriflame tiene un enfoque centrado en el socio, lo que significa que las iniciativas se configuran desde la perspectiva de cómo los socios están capacitados para vender, reclutar y gestionar su negocio utilizando las últimas herramientas digitales.

La Academia Oriflame es un sistema educativo con diferentes módulos de entrenamiento para cada nivel de Socio Oriflame.

La participación en la Academia Oriflame le dará a los Socios el conocimiento que necesitan para avanzar a los siguientes pasos de su carrera y construir habilidades profesionales. La Academia Oriflame consiste en entrenamientos de negocios, academia de belleza, academia de Wellness y aprendizaje a distancia (e-learning). El propósito de estos entrenamientos es aprender habilidades de negocios así como aprender más sobre nuestros productos para poder avanzar al siguiente paso en la carrera de Socio.

Nuestra biblioteca de microcursos ahora incluye 27 videos y microcursos sobre los productos Oriflame, oportunidades de negocio, habilidades de venta y reclutamiento y habilidades de los patrocinadores.

Un total de 50 mercados han implementado la plataforma de aprendizaje a distancia (un aumento de 41 en 2018) y los Socios concluyeron más de 167,000 cursos durante el año.

Sentido de pertenencia

Además de ofrecer a nuestros Socios herramientas y capacitación, también les brindamos la oportunidad de asistir a conferencias y eventos, así como a actividades diarias e interacciones dentro de nuestra red. Según la encuesta de Seldia Direct Sellers de 2018, el beneficio personal de conocer nuevas personas a través de la venta directa está fuertemente atestiguado por 85% de los vendedores directos.

Los Socios Oriflame pertenecen a una comunidad amistosa, dinámica y global que está comprometida a mejorar su bienestar. Por eso, creemos que unirse a Oriflame le da a muchos de nuestros Socios más allá del acceso a ingresos y nuevas habilidades.

Conferencias internacionales de Oriflame

Nuestras conferencias son uno de los incentivos clave de Oriflame cuando se trata de construir la comunidad Oriflame y crear un sentido de pertenencia social.

También nos ayudan a fomentar el reconocimiento, la motivación y el desempeño entre los Socios, principalmente los líderes. Las conferencias son una excelente ocasión para compartir ejemplos de mejores prácticas de líderes exitosos de diversas regiones y para que nosotros compartamos nuestros logros en materia de sostenibilidad. Las conferencias también proporcionan una oportunidad para aumentar la comprensión de la marca y la cultura Oriflame. Cada año, Oriflame organiza conferencias a nivel mundial, regional y local en nuevas e inspiradoras ubicaciones internacionales, permitiendo que personas de todo el mundo se conozcan y se entiendan mejor.

Las Conferencias Oriflame son uno de nuestros motores estratégicos de crecimiento y una motivación increíblemente poderosa para nuestros Consultores. Pero más allá de la motivación, nuestras conferencias también inspiran y conectan a la gente.



Metas y compromisos



Ingresos adicionales

Compromiso	Límite	Avances	Comentarios
1. Continuar creciendo el negocio para aumentar la cantidad total que se paga a los Socios anualmente.	Año con año	Más por hacer	<i>Durante el año 2019, distribuimos 350 millones de euros directamente a los Socios Oriflame a través de bonos y otras formas de reconocimiento, un poco menos que los 370 millones de euros del 2018.</i>
2. Queremos que nuestros Socios reconozcan a Oriflame como una buena oportunidad para ganar ingresos adicionales y obtener un incremento en la libertad y flexibilidad en su vida diaria.	Año con año	Según lo planeado	<i>Estableceremos un punto de referencia en 2020 y mediremos este compromiso en el futuro.</i>



Crecimiento y desarrollo

Compromiso	Límite	Avances	Comentarios
3. Proporcionar a nuestros Socios capacitaciones presenciales y a distancia para desarrollar sus habilidades de ventas, marketing y belleza.	Año con año	Según lo planeado	<i>Un total de 50 mercados han implementado la plataforma de aprendizaje a distancia (un aumento con respecto a los 41 del 2018) y los Socios concluyeron más de 167,000 cursos durante el año.</i>
4. Queremos que nuestros Socios reconozcan a Oriflame como una buena oportunidad para el aprendizaje y el autodesarrollo y, como resultado, perciban que: <ul style="list-style-type: none"> • Son más seguros • Mejoraron su autoestima • Mejoraron sus habilidades 	Año con año	Según lo planeado	<i>Estableceremos un punto de referencia en 2020 y mediremos este compromiso en el futuro.</i>



Sentido de pertenencia

Compromiso	Límite	Avances	Comentarios
5. Queremos que nuestros Socios reconozcan a Oriflame como un buen entorno para realizar actividades importantes y divertidas, haciendo nuevos amigos y sintiéndose parte de una comunidad.	Año con año	Según lo planeado	<i>Estableceremos un punto de referencia en 2020 y mediremos este compromiso en el futuro.</i>



Respeto por la naturaleza

Durante más de una década hemos intentado reducir sistemáticamente nuestro impacto en la naturaleza. Comenzamos por identificar y comprender cómo impactamos en el mundo que nos rodea, dentro de nuestras propias operaciones y a lo largo de toda nuestra cadena de valor. A partir de esta base, hemos construido una estrategia de sostenibilidad centrada en nuestras áreas de impacto más significativas, donde tenemos las mayores oportunidades y posibilidades de lograr el cambio.

El respeto por la naturaleza comienza por valorar verdaderamente sus contribuciones. Esto incluye la valoración de los servicios que la naturaleza proporciona, como aire y agua limpios, un clima estable, suelo fértil y una fauna vibrante.

Nuestro objetivo de convertirnos en una empresa sostenible se refleja en una serie de iniciativas medioambientales. En la práctica, esto significa prevenir la deforestación; evitar la contaminación del aire, la tierra y las vías fluviales; descarbonizar nuestra demanda de energía, combustible e ingredientes; salvaguardar el bienestar de los animales; e impulsar la demanda de productos ambientalmente responsables, tanto en lo que respecta a las formulaciones y materiales que utilizamos como al empaque que elegimos. Nuestra política ambiental está integrada en nuestro Código de Conducta e incluye 27 objetivos y compromisos ambientales, descritos en las páginas 64-69.

Para el año 2030, nos proponemos reducir nuestra huella ambiental en 50% por unidad de producto producido.

Reducción del impacto ambiental - nuestro recorrido

Reemplazamos el alcohol sintético con uno de origen natural.

Comenzamos a utilizar plástico reciclado post-consumo (PCR) en nuestros envases.

Empezó nuestro programa de auditoría energética interna en oficinas y fábricas.

Lanzamos la primera gama que contiene células madre vegetales.

Realizamos un estudio de impacto mundial en el agua para identificar nuestra huella en el agua.

Todos los nuevos productos de limpieza en el mercado se producen solamente con exfoliantes de origen natural.

Nuestras dos nuevas plantas de fabricación en Roorkee (India) y Noginsk (Rusia) obtuvieron la certificación LEED®, una certificación de construcción ecológica que reconoce las mejores prácticas de construcción en su clase.

Lanzamiento de los siguientes productos biodegradables: toallitas cosméticas, mascarillas de tela y discos de algodón para quitar el esmalte de uñas.

Lanzamiento de la gama de limpieza Love Nature con una fórmula biodegradable.

Operaciones 100% neutras para el clima.

Relanzamiento de la gama cuidado de la piel Love Nature con extractos y aceites de origen orgánico, cero siliconas, productos de limpieza biodegradables, exfoliantes de origen natural, cero parabenos y plástico PCR en los envases.

Organizamos nuestras primeras dos conferencias climáticamente neutras.

2010

2011

2012

2013

2014

2015

2016

2017

2018

2019

Empezamos a calcular nuestras emisiones de gases de efecto invernadero.

Empezamos a cubrir 100% del aceite de palma con créditos de la RSPO, mientras apoyamos la transformación del mercado hacia productos de aceite de palma sostenibles – uno de los primeros en la industria cosmética en tomar esta iniciativa. Iniciamos nuestra colaboración con Rainforest Alliance y desarrollamos un compromiso mundial de abastecimiento responsable de papel.

Iniciamos la elaboración de informes sobre el cambio climático del CDP.

Lanzamos Ecobeauty - la primera gama de cosméticos a nivel mundial que se asoció con las cuatro organizaciones mundiales independientes sobre responsabilidad sostenible y medioambiental: Fairtrade, Ecocert, Vegan Society y el Consejo de Administración Forestal (FSC™).

Lanzamiento del primer gel de baño del mundo con aceite de palma 100 % segregado: el gel de ducha Swedish Spa. El producto ya no está en nuestra cartera de productos.

Comenzamos el informe forestal de CDP.

Empezamos a comprar aceite de palma sostenible certificado por balance de masa.

Lanzamiento del primer informe de sostenibilidad.

Instalación de paneles solares en nuestra fábrica de Wellness en India

La oficina principal en Moscú obtuvo la certificación de BREEAM – otra certificación de edificio verde.

Relanzamiento de Ecobeauty con un enfoque en productos certificados orgánicos.

Dejamos de fabricar productos antiguos con microesferas de plástico y glitter.

100% electricidad renovable en todos los sitios operados por Oriflame.

Lanzamiento de Discover Kamchatka y Costa Rica con formulaciones biodegradables.



Agua

ESTAMOS LIMITANDO NUESTRO IMPACTO EN EL AGUA - A NIVEL MUNDIAL Y LOCAL

Hay una presión creciente sobre los recursos hídricos mundiales, desde los factores de crecimiento demográfico y económico, el cambio climático y la contaminación del agua, hasta la competencia por los recursos hídricos. La disminución del agua dulce disponible (en el nivel adecuado de calidad y cantidad) ha sido identificada como uno de los principales cinco riesgos de impacto en el Informe sobre los Riesgos Mundiales de 2020 del Foro Económico Mundial. Las cuestiones relacionadas con el agua son un desafío mundial, pero como operamos en países con escasez de agua es importante que también consideremos las consecuencias a nivel local.

En nuestro negocio, dependemos del agua durante todo el ciclo de vida del producto, en particular durante nuestro proceso de fabricación, el uso de los consumidores y la obtención de materias primas. Por lo tanto, hay dos desafíos principales que debemos abordar: la contaminación del agua y la escasez de agua.

Para comprender mejor estos desafíos, realizamos un estudio del impacto del agua en el ciclo de vida de una selección representativa de nuestros productos clave. Los resultados nos ayudaron a definir las áreas de enfoque de nuestra estrategia en torno al agua y a fortalecer nuestros compromisos. Por ejemplo, el estudio demostró que durante el ciclo de vida de un shampoo, los consumidores generan 88% del uso de agua dulce.

Como resultado de este conocimiento, estamos buscando formas de involucrar a nuestros consumidores en torno a un uso más sostenible del agua, a la vez que buscamos oportunidades para desarrollar productos sin agua.

Sin microesferas

La contaminación microplástica se identifica como una causa de la contaminación del agua. Se han identificado diversas fuentes de contaminación, entre ellas el uso de microesferas de plástico en las formulaciones cosméticas. Por lo tanto, decidimos dejar de usar microesferas de plástico y glitter de plástico en nuestros productos cosméticos de limpieza y comenzamos a probar alternativas a principios de 2013. Identificamos varias alternativas de origen natural, incluyendo ceras vegetales, cáscaras de nuez y semillas que cumplían con nuestras expectativas de alto rendimiento y seguridad. A finales de 2016, ya habíamos dejado de fabricar los antiguos productos que tenían microesferas de plástico y glitter. En 2019, continuamos usando sólo exfoliantes de origen natural en todos nuestros productos cosméticos exfoliantes.

Formulaciones biodegradables

También sabemos que los productos de limpieza tienen un alto impacto al final de la vida útil - terminan en el sistema de agua y pueden tener un impacto en los ecosistemas. Por lo tanto, es importante para nosotros mejorar la biodegradabilidad de nuestras materias primas y nuestro objetivo es que todos los productos de limpieza de nuevo desarrollo para el cuidado de la piel y el cuidado personal sean biodegradables para el año 2025.



Para añadir credibilidad a nuestros desarrollos, probamos independientemente nuestros productos para asegurarnos que pasan el protocolo de pruebas para determinar la biodegradabilidad de la OCDE. Este es un maravilloso vehículo para ayudar a educar a los Socios Oriflame y a los consumidores sobre el uso responsable de los productos y el respeto por nuestros recursos hídricos.

En 2019 relanzamos la gama de cuidado de la piel Love Nature con todos los productos de limpieza con formulaciones biodegradables. No sólo las formulaciones son biodegradables, sino que también contienen extractos de origen orgánico y exfoliantes de origen natural.

Toallitas biodegradables

Desde el 2015, el material que usamos para fabricar las toallitas cosméticas, las mascarillas de tela y el quitaesmalte de uñas es biodegradable. Esto significa que el material se descompondrá de forma natural, siempre y cuando se deseché correctamente y no se tire por el inodoro.

Mejora en el manejo del agua en las plantas de producción

A finales de 2019, enviamos cuestionarios sobre el agua a cinco de nuestras fábricas para recopilar más información sobre su uso del agua*.

Nuestras fábricas extraen agua subterránea de los pozos y/ o agua de una fuente de suministro municipal. Para asegurarnos de tener un suministro de agua seguro, tenemos dos pozos en la planta o complementamos un pozo con un suministro municipal.

Cuatro de nuestras fábricas tienen plantas de tratamiento de efluentes, donde las aguas residuales se descargan en la red de alcantarillado municipal después de ser tratadas. Nuestra fábrica de Wellness en la India está diseñada para reutilizar el 100% de su agua, por ejemplo, utilizando el agua de la planta de tratamiento de efluentes para riego.

En dos plantas, el agua de lluvia se recoge en pozos de recolección de agua de lluvia para reponer las aguas subterráneas (fábrica de Wellness, India) y para reutilizarla para el riego del césped (Rusia). Todas nuestras plantas de fabricación cuentan con medidores de agua que se miden diaria y/o semanalmente. Hasta ahora, ninguno de estos sitios de fabricación ha experimentado grandes interrupciones en el suministro de agua.

Nos centramos en mejorar la eficiencia del agua y nos comprometemos, para el 2020, a reducir el uso de agua en nuestras plantas de fabricación en 15% por unidad producida (en comparación con el valor de referencia del 2015). Desde el 2015, el uso de agua por unidad producida ha disminuido en 18%.

**Nuestra fábrica de Wellness en China se excluyó del informe sobre el agua, ya que fabrican productos que no requieren agua.*



Logros del 2019

- Lanzamos nuestra primera gama de cuidado de la piel con productos de limpieza biodegradables
- Exfoliantes de origen 100% natural
- Reducción de 18% del uso de agua por unidad producida en las plantas de fabricación desde el 2015



Bosques

TRABAJANDO PARA LOGRAR PRÁCTICAS FORESTALES SOSTENIBLES

Los bosques son una parte vital de los ecosistemas mundiales y locales: proporcionan hábitats, preservan la biodiversidad, limpian nuestro aire y agua, absorben el carbono y proporcionan materiales, alimentos y medios de subsistencia a las personas. La mayor amenaza para nuestros bosques hoy en día es la deforestación. Según el Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF), 18.7 millones de acres de bosques se pierden anualmente debido a la deforestación.

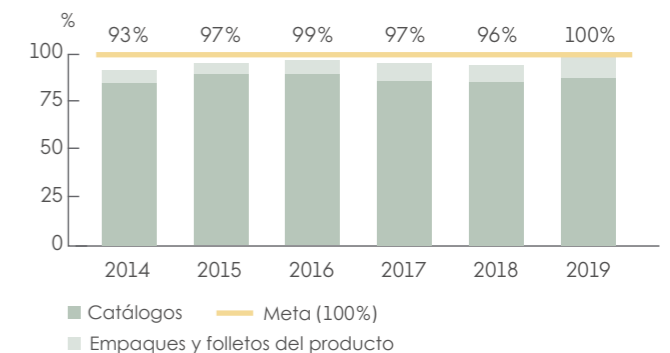
Nuestra principal materia prima en peso es el papel, que usamos para los catálogos (87%) y para el empaque de los productos (13%). El aceite de palma es otra materia prima importante utilizada en muchos de los productos cosméticos de Oriflame. Compramos aceite de palma y derivados del aceite de palmiste. Debido a que una proporción significativa de nuestro impacto proviene de las materias primas que utilizamos, debemos tomar las decisiones correctas sobre cómo, dónde y qué obtenemos para evitar la deforestación. Informamos anualmente sobre nuestros riesgos forestales en torno a la madera y el aceite de palma al proyecto CDP, anteriormente el Carbon Disclosure Project, una organización benéfica sin fines de lucro que gestiona sistemas de divulgación mundial para que los inversores y las empresas gestionen el impacto medioambiental. En 2019, recibimos la puntuación C en el cuestionario CDP Forest tanto para la madera como para el aceite de palma.

Papel en los catálogos y los empaques de fuentes certificadas fidedignas

En el 2010 empezamos a trabajar para lograr prácticas forestales sostenibles. En colaboración con la Rainforest Alliance, desarrollamos un compromiso mundial de abastecimiento responsable de papel, que actualizamos de nuevo en el 2014. Nuestro principal objetivo es conseguir que 100% de nuestros empaques y catálogos de papel y cartón procedan de fuentes certificadas de forma creíble* y/o de materiales reciclados para el 2020. En la práctica, esto significa dar preferencia al papel certificado por el Consejo de Administración Forestal (FSC™) cuando sea posible. En ciertos mercados, en los que no se dispone de la certificación FSC™, permitimos otras certificaciones que cumplen nuestros requisitos mínimos, como el Programa para el Reconocimiento de la Certificación Forestal (PEFC). Para 2020, estamos planeando actualizar nuestros objetivos relacionados con los bosques y desarrollaremos un Compromiso Forestal de Grupo para reemplazar nuestro actual Compromiso de Abastecimiento Responsable de Papel.

Para el 2019, 100% de nuestros empaques de papel, folletos de productos y catálogos procedían de materiales reciclados o de fuentes certificadas de forma creíble*, de conformidad con nuestro compromiso en torno al papel. Esto fue un aumento de 96% en 2018. Si nos fijamos sólo en los envases de productos y folletos, 99% proviene de fuentes certificadas o de material reciclado. Pero, debido a las grandes cantidades de papel para catálogos que usamos, terminamos hasta 99.8% (redondeado a 100%) de todo el papel de fuentes certificadas creíblemente* o materiales reciclados.

Empaques de papel, folletos de productos y catálogos de fuentes certificadas* o materiales reciclados



Rainforest Alliance ha desarrollado nuestros cuestionarios para proveedores de papel para empaques, accesorios y catálogos de productos para verificar las declaraciones de los proveedores con respecto a la certificación FSC™ u otras fuentes certificadas de manera creíble.

Aceite de palma certificado

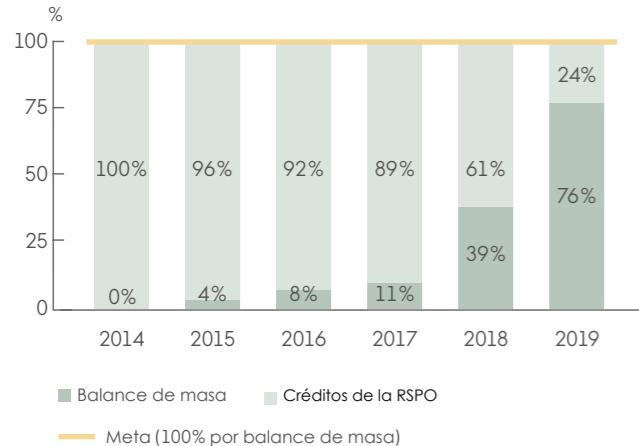
El aceite de palma es una de las materias primas más utilizadas en el mundo y su demanda sigue aumentando. Esto es un problema porque su cultivo tiene graves repercusiones ambientales, como la deforestación a gran escala y la pérdida de hábitats, la erosión del suelo, la contaminación y el cambio climático.

*La procedencia se define como la fábrica de papel

Sin embargo, en comparación con otros aceites vegetales, el aceite de palma es el de mayor rendimiento por hectárea. Según el WWF, el aceite de palma suministra 35% de la demanda mundial de aceite vegetal en sólo 10% de la tierra. Para obtener la misma cantidad de otros aceites vegetales se necesitaría entre 4 y 10 veces más tierra y, a cambio, trasladar el problema a otras partes del mundo. Además, millones de pequeños agricultores dependen de la producción de aceite de palma para su subsistencia. Por lo tanto, queremos tomar medidas para obtener el aceite de palma de manera más sostenible.

La Mesa Redonda sobre el Aceite de Palma Sostenible (RSPO) es una organización sin fines de lucro con más de 4,000 miembros que reúne a los interesados de la industria del aceite de palma. La RSPO ha desarrollado un conjunto de criterios ambientales y sociales que las empresas deben cumplir para producir aceite de palma sostenible certificado.

Aceite de palma sosteniblemente certificado



Utilizamos el aceite de palma y los derivados del aceite de palmiste en muchos de nuestros productos cosméticos. Desde 2010, hemos estado cubriendo 100% de nuestro consumo con créditos de quejas y reclamos de la RSPO. Fuimos de las primeras empresas de la industria cosmética en hacerlo. Esto significa que involucramos de manera activa y efectiva a los actores de la cadena de suministro de aceite de palma para que formen parte del comercio de aceite de palma sostenible y tomen medidas para apoyar la producción y el uso de productos de aceite de palma sostenible. Hoy en día, nos hemos comprometido a abastecernos de aceite de palma certificado 100% sostenible* por medio de la cadena de suministro física para el año 2020. Durante el 2019, aumentamos nuestros esfuerzos y pasamos de 39% a 76% de aceite de palma certificado por balance de masa. Esto se debió principalmente a que algunos de nuestros proveedores cambiaron a aceite de palma certificado por balance de masa. Aunque hay suficiente aceite de palma disponible en su forma cruda, el suministro de sus derivados es muy limitado. Debido a que estos derivados son los que entran en los ingredientes de nuestros productos, no podemos cambiar tan rápido como nos gustaría a un aceite de palma físicamente segregado. Aunque hay un suministro limitado de estos derivados, planeamos pasar de 76% a 100% de aceite de palma certificado por balance de masa para finales del 2020.

Desde el 2011 somos un miembro activo de la RSPO y hemos participado con diversa frecuencia en conferencias, comités y grupos de trabajo.

En 2019, nos incluyeron en el Palm Oil Buyers Scorecard 2020 del WWF. La tarjeta de puntuación mide el progreso de los compradores de aceite de palma para aumentar la transparencia del uso del aceite de palma. Oriflame obtuvo 12.5 puntos de 22 y fue clasificado como Middle of the Pack (Posición intermedia). Para llegar a la cima, necesitamos hacer mejoras en nuestra propia cadena de suministro, por ejemplo, aumentar la trazabilidad y exigir una política libre de deforestación a los proveedores.

*La RSPO ha desarrollado un estándar para la certificación de la producción sostenible de aceite de palma. Para obtener más información, por favor, visita www.rspo.org.



Logros del 2019

- 100% de todos los empaques de papel, folletos de productos y papel de los catálogos combinados proviene de fuentes certificadas creíblemente* o de materiales reciclados
- 76% del aceite de palma certificado por balance de masas, y consumo restante (24%) cubierto por los créditos de la RSPO

*La procedencia se define como la fábrica de papel



Clima

TOMAR MEDIDAS PARA REDUCIR LAS EMISIONES EN TODO NUESTRO NEGOCIO

Las emisiones de gases de efecto invernadero son un serio desafío mundial y un factor importante en el calentamiento global y el cambio climático. Cada año, la Organización de las Naciones Unidas informa sobre el aumento de los niveles de dióxido de carbono (CO₂) y otros gases de efecto invernadero (GEI) en la atmósfera. Estas emisiones contienen partículas que provocan la contaminación del aire local y problemas de salud. En los años venideros, el cambio de los patrones climáticos mundiales provocará un clima más extremo e impredecible, incluyendo tormentas más frecuentes e intensas, olas de calor, sequías e inundaciones. El Informe sobre los riesgos mundiales del 2020 del Foro Económico Mundial clasifica las condiciones meteorológicas extremas como el principal riesgo en términos de probabilidad.

Nuestro negocio tiene un impacto en el clima, tanto directamente a través de nuestras operaciones como indirectamente a través de nuestra cadena de suministro. Oriflame está presente en los países que ya están experimentando los graves efectos del cambio climático, lo que nos motiva a tomar medidas para reducir nuestro impacto. También hemos identificado los cambios en los patrones climáticos como un riesgo potencial para la disminución o la irregularidad del suministro de materias primas. Es importante que actuemos ahora para ayudar a acelerar la transición hacia una economía con bajas emisiones de carbono.

Informamos anualmente nuestros riesgos climáticos al CDC y en 2019 obtuvimos una puntuación B.

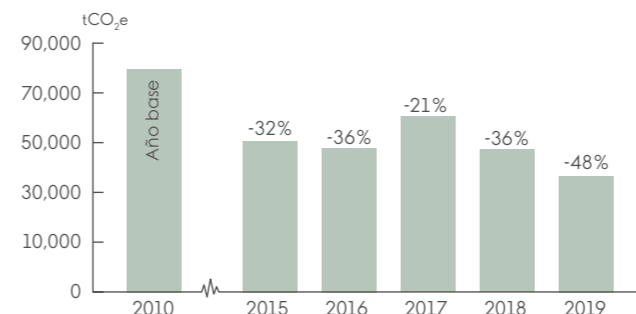
Impacto reducido desde el 2010

Al implementar un programa de reducción de emisiones en toda la compañía en el 2010, reducimos nuestras emisiones absolutas en 48% desde entonces. En comparación con 2018, hemos logrado una reducción de emisiones de 19% en términos absolutos. Esto se debe principalmente a la disminución de los viajes y a la reducción de los factores de emisión de los viajes en comparación con el año pasado.

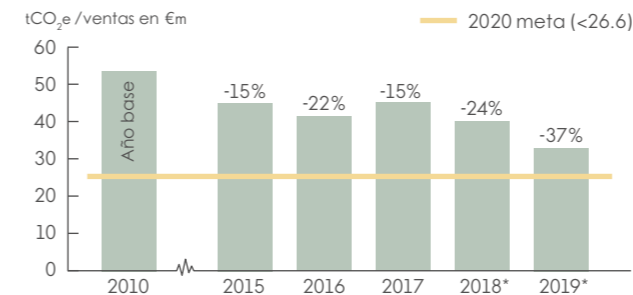
Establecimos nuestro alcance actual de emisiones en 2010 e incluye nuestras propias operaciones (Alcance 1 y 2), así como el agua, los residuos, los viajes de negocios de los empleados, los viajes de los Socios a conferencias internacionales, las pérdidas por transmisión y distribución de electricidad y los transportes logísticos (Alcance 3).

Nuestro objetivo para 2020 es reducir las emisiones en relación con las ventas en 50% (a partir del valor de referencia del 2010). En 2019, alcanzamos una reducción de emisiones de 37%.

Emisiones absolutas de GEI a lo largo del tiempo



Emisiones relativas de GEI a lo largo del tiempo



*A partir de 2018 se aplicó la NIIF 15, lo cual tuvo un impacto negativo en los niveles de ventas comparados a lo largo del tiempo.

Desde el 2010, emprendimos una amplia gama de iniciativas para reducir nuestro alcance actual de emisiones:

- En 2011 pusimos en marcha un programa de auditoría energética en nuestras fábricas y oficinas y desde entonces hemos realizado anualmente auditorías energéticas centradas en la sostenibilidad ambiental, incluida la eficiencia energética, el consumo de agua y los residuos. Los resultados nos han ayudado a identificar áreas de mejora y a establecer programas de ahorro de energía.
- Desarrollamos un programa de logística para consolidar gradualmente los almacenes locales y acercar el abastecimiento de productos, la impresión de catálogos y los centros de distribución mundial a nuestros principales mercados. Desde el 2010, hemos reducido nuestras emisiones generadas por el transporte logístico mundial en 20% por pallet enviado. Estamos revisando continuamente las rutinas de embalaje y carga para que quepan más en cada camión y contenedor. Al seleccionar transportistas terrestres, mínimo 85% del equipo sustituido debe cumplir con la norma medioambiental Euro 4, Euro 5 o Euro 6.
- Nuestro objetivo es certificar todas nuestras nuevas construcciones y renovaciones importantes. En el 2015, construimos dos nuevas plantas de fabricación en Noginsk, Rusia y Roorkee, India, con certificaciones LEED®. LEED® es una certificación de construcción ecológica que reconoce las mejores prácticas de construcción sostenible en su clase. Al año siguiente, nuestra oficina principal en Moscú recibió la certificación BREEAM, otra certificación de construcción ecológica que ayuda a impulsar mejoras sostenibles a través de la eficiencia operativa. Nuestras fábricas en Rusia y Polonia son evaluadas anualmente por EcoVadis - una tarjeta de puntuación para evaluar los riesgos ambientales, sociales y éticos. En los últimos dos años, hemos recibido la certificación de oro, el puntaje más alto, para ambas plantas. Nuestra fábrica en Polonia se situó entre el 5% superior de las empresas evaluadas por EcoVadis.

Nuestro próximo paso es establecer objetivos de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero en toda la empresa, alineados con la ciencia climática más reciente para el año 2030. Nos unimos a la iniciativa de Objetivos Basados en la Ciencia y actualmente estamos llevando a cabo una evaluación de Alcance 3 para comprender el impacto climático de toda nuestra cadena de valor.

Con base en los resultados, desarrollaremos una referencia para establecer objetivos con base científica alineados a 1.5 °C en todas nuestras operaciones y cadena de valor. Una vez que se establecen los objetivos, alcanzaremos nuestra cadena de valor para encontrar y crear oportunidades para la reducción de emisiones entre nuestros proveedores y consumidores.

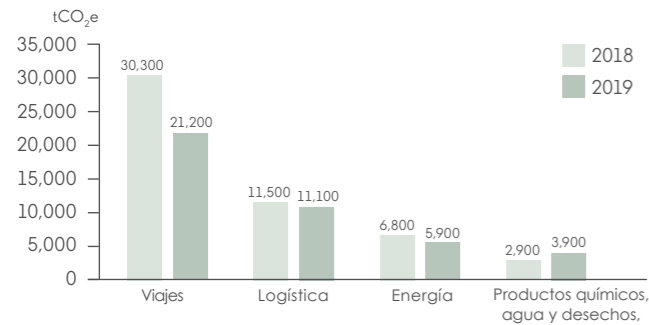
100% de electricidad renovable

Desde 2018, hemos comprado electricidad renovable rastreada para todas las plantas operadas por Oriflame. Para 2019, igualamos nuestro consumo de electricidad con Garantías de Origen en Europa y la Norma Internacional REC (I-REC) en otros continentes. El origen de esta electricidad es una mezcla de energía eólica, solar e hidráulica. Desde 2014 tenemos instalados paneles solares en nuestra fábrica de Wellness en la India, cubriendo alrededor de 8% del consumo de la fábrica.

Desglose de las emisiones de GEI en 2019

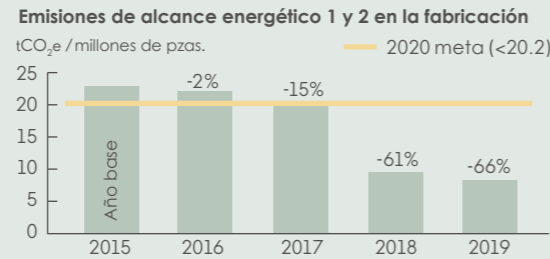
La mayoría de nuestras emisiones provienen de los viajes de los empleados y Socios a conferencias internacionales. Sin embargo, en comparación con el año pasado, hemos disminuido las emisiones de los viajes de negocios de los empleados en 31% y las de los viajes de los Socios a las conferencias en 29%. Todas las emisiones de GEI descritas a continuación se compensaron con el clima.

Fuentes de emisión de GEI



¿Sabías qué...?

Todas nuestras plantas de fabricación* tienen objetivos operativos relacionados con el clima que se siguen anualmente. Desde 2015, nuestros centros de fabricación han reducido sus emisiones de energía de alcance 1 y 2 por unidad producida en 66% y ya alcanzaron su objetivo del 2020. Esto se debe principalmente a nuestra inversión del 2018 en electricidad renovable para todas nuestras propias fábricas, pero también a las mejoras en la eficiencia energética. Desde 2015 el uso de electricidad por unidad producida ha disminuido en 14%.



También hemos puesto en práctica los siguientes sistemas de gestión certificados para asegurarnos de que seguimos mejorando constantemente nuestro rendimiento:

- ISO 9001:2015 - Sistemas de gestión de calidad (Todos)
- ISO 14001:2015 - Sistemas de gestión ambiental (Polonia, Rusia)
- OHSAS 18001:2007 - Certificación de Gestión de Salud y Seguridad Ocupacional (Polonia, Rusia)
- ISO 22716:2007 - Buenas prácticas de fabricación (Polonia, Rusia, India)

*Nuestra fábrica de Wellness en China no se incluyó en el objetivo debido a los bajos volúmenes de producción en ese momento, y por lo tanto no se incluyó en los resultados.



Operaciones y eventos climáticamente neutros

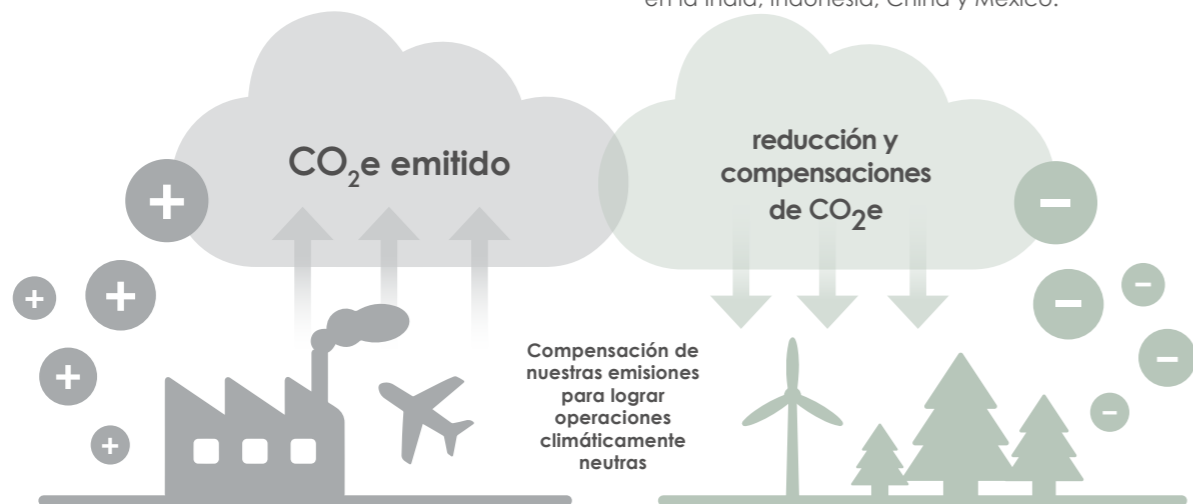
Para aquellas emisiones dentro de nuestro alcance actual que no pudimos reducir en 2019, hemos decidido compensarlas con el clima. Esto se hizo mediante la compra de compensaciones de créditos de carbono en proyectos de reforestación y conservación de bosques en la India, China, México e Indonesia. Al equilibrar nuestras emisiones emitidas con una cantidad igual de iniciativas de reducción climática y créditos de carbono, nuestras operaciones son climáticamente neutras. Sin embargo, para lograr la plena neutralidad climática de toda la empresa, debemos comprender, reducir y compensar las emisiones de gases de efecto invernadero generadas por toda nuestra cadena de valor. Por lo tanto, nos hemos sumado a la iniciativa de Objetivos Basados en la Ciencia (Science Based Targets) y actualmente estamos llevando a cabo una evaluación del impacto climático de toda nuestra cadena de valor.

En 2019, organizamos nuestras dos primeras conferencias climáticamente neutras; *Gold Conference Stockholm* y *Gold Conference Monaco*.

En ambas conferencias, Oriflame cuantificó y contabilizó todas las emisiones de gases de efecto invernadero de acuerdo con el Protocolo de Gases de Efecto Invernadero, incluyendo los viajes, las comidas, las estancias en hoteles, el uso de energía, etc. de todos los asistentes. Estos cálculos fueron validados por una tercera parte, South Pole, para asegurar la conformidad con su certificación de Evento Climáticamente Neutro, definida por la más estricta norma PAS 2060. Luego, implementamos varias iniciativas de reducción de emisiones para reducir el consiguiente impacto climático. Para las emisiones que no pudimos reducir, las compensamos climáticamente con proyectos de reforestación y conservación de bosques en la India, China, México e Indonesia.

El siguiente paso para el 2020 es hacer que todas nuestras conferencias mundiales y regionales sean climáticamente neutras cuantificando y reduciendo las emisiones y compensando climáticamente cualquier impacto climático restante.

Nuestros proyectos de compensación climática se describen a detalle en las páginas 51-52. En total para el 2019, Oriflame contribuyó a la protección de seis millones de árboles y a la reforestación de medio millón de árboles en la India, Indonesia, China y México.



CASO PRÁCTICO

Reforestación con árboles de teca en México

El proyecto convierte las tierras despejadas para la agricultura y la ganadería en tierras forestales, lo que mejora la biodiversidad y aumenta el secuestro de carbono para mitigar el calentamiento global. La actividad del proyecto abarca los estados de Tabasco, Chiapas y Campeche, en el sur de México. Consiste principalmente en la plantación de árboles de teca para convertir las tierras despejadas en tierras forestales. Además de los beneficios climáticos, el proyecto apoya el desarrollo económico regional proporcionando puestos de trabajo a la población local, por ejemplo, mediante la capacitación en materia de ordenación forestal, y creando una cadena de suministro sostenible de madera de teca.



Reserva de biodiversidad de Rimba Raya en Indonesia

El proyecto de la Reserva de Biodiversidad de Rimba Raya reduce las emisiones de gases de efecto invernadero protegiendo los bosques tropicales de pantanos de turba de la deforestación para la producción de aceite de palma. Situado en la costa sur de Borneo, en Indonesia, el proyecto también protege la biodiversidad del ecosistema y conserva los hábitats de especies en peligro de extinción como el orangután. El proyecto no sólo secuestra el carbono y protege el hábitat de la fauna local, sino que también promueve el desarrollo sostenible, particularmente en relación con la educación ambiental y el desarrollo de capacidades económicas.

Conservación del bosque de Keyihe en China

El proyecto consiste en convertir el bosque, que antes se talaba, en un bosque protegido. El bosque, propiedad del Estado, está situado en la Región Autónoma de Mongolia Interior de China y en el proyecto también se incorpora el IFM (Manejo Forestal Mejorado). El secuestro de carbono de los árboles conlleva importantes beneficios, ya que al actuar como un sumidero de las emisiones de GEI en la atmósfera, se reducen algunos de los efectos nocivos de la contaminación atmosférica. La actividad del proyecto también contribuirá al desarrollo sostenible al aumentar la diversidad biológica y proteger la zona contra la erosión del suelo.



Programa TIST en la India

El Programa Internacional de Pequeños Grupos y Plantación de Árboles (TIST) se encuentra en Tamil Nadu, en el sur de la India. La principal actividad del proyecto es apoyar a los agricultores a plantar árboles en sus tierras. El TIST proporciona una columna vertebral administrativa que apoya esto mediante la capacitación en la construcción de viveros, la plantación de árboles, la agricultura de conservación, la construcción de estufas de bajo consumo de combustible y la prevención del paludismo y el VIH/SIDA. Al combinar el desarrollo sostenible con el secuestro de carbono, este proyecto mejora en gran medida los esfuerzos de reforestación y biodiversidad de los agricultores de subsistencia, al tiempo que les proporciona una fuente de ingresos sostenible.



Logros del 2019

- Reducción absoluta de 48% de las emisiones de GEI desde 2010
- Operaciones 100% climáticamente neutras
- 100% de electricidad renovable en todas las plantas operadas por Oriflame desde 2018
- Organización de nuestras primeras dos conferencias climáticamente neutras



Empaque

NOS ESFORZAMOS POR ENCONTRAR SOLUCIONES DE EMPAQUE MÁS SOSTENIBLES

El empaque de los productos es una parte importante de la experiencia del consumidor y garantiza la seguridad y el rendimiento de los productos que se entregan al consumidor. Debido al consumo de recursos naturales durante la producción, y aún más durante su eliminación en la fase final de la vida útil, el empaque de los productos Oriflame juega un papel importante en nuestro impacto ambiental.

Todo comienza con el diseño del empaque

Los materiales de empaque de nuestros cosméticos, en peso, consisten principalmente en vidrio (46%) y plástico (41%), pero también en papel y otros materiales de fibra de madera (9%) y metales (4%). El impacto ambiental de los envases de nuestros productos comienza con el diseño del envase. Al seleccionar qué materiales y cuántos diferentes se utilizan, teniendo en cuenta las optimizaciones generales de peso y tamaño, tenemos la oportunidad de reducir nuestro impacto ambiental en toda nuestra cadena de suministro.

Nos esforzamos por hacer que nuestro empaque sea reciclable, con el objetivo de que pueda ser eliminado de forma responsable donde haya instalaciones de reciclaje disponibles. Durante mucho tiempo, hemos estado trabajando para encontrar el equilibrio adecuado entre un empaque más ligero y la durabilidad. Nunca comprometemos la calidad de nuestros envases.

Cuando desarrollamos un envase más ligero, se realizan pruebas para asegurarnos de que la calidad del envase está aprobada. Nos comprometemos a reducir anualmente el peso total del material de empaque utilizado en nuestros cosméticos y productos de Wellness. También asignamos recursos para el desarrollo de materiales de empaque, con pruebas exitosas en biopolímeros y materiales de base biológica. Para 2025, 75% de los envases de nuestros cosméticos y productos de Wellness estarán diseñados para ser totalmente reciclables, reutilizables o compostables.

También hemos dado nuevos pasos hacia una estrategia de materiales sostenibles y el diseño de lineamientos de reciclaje.

Reducir el impacto del plástico

La producción y el consumo mundiales de plásticos vírgenes siguen aumentando y, con un acceso limitado a la eliminación correcta de los desechos, esto está dando lugar a una contaminación plástica mundial, con consecuencias para la salud humana, la salud animal y nuestro clima. Dado que la mayoría de los envases de nuestros productos están hechos de plástico, queremos pasar de los plásticos vírgenes a los materiales renovables o a los plásticos reciclados post-consumo (PCR).

En 2011, empezamos a especificar el plástico PCR en algunos de nuestros envases de tubo y nuestra ambición es aumentar el uso en todas nuestras marcas. Nos comprometemos a aumentar el contenido de PCR de los envases de cosméticos de PE y PET en 20% para finales de 2020. En 2019, se utilizaron un total de 188 toneladas de plástico PCR en nuestros productos, sustituyendo al plástico virgen. Esto es un aumento de 120 toneladas en 2018. Actualmente tenemos alrededor de 11% de material PCR en nuestros envases de cosméticos de PE y PET.

A largo plazo, nuestra ambición es que para el 2025, una parte significativa de los envases de plástico de Oriflame sean de PCR, biobasados u otros materiales sostenibles. También investigaremos sistemas de recarga más inteligentes para nuestros productos. De esta manera podemos reducir la cantidad de materiales utilizados para nuestros productos y el cliente final puede reutilizar el envase del producto para el mismo propósito.



Disminuir los residuos en nuestra cadena de valor

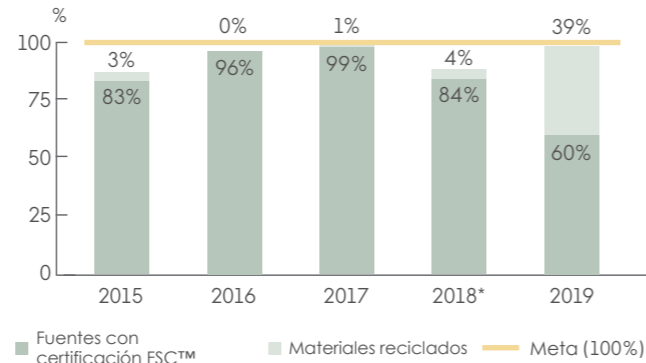
Los residuos son un área de impacto importante para nuestro negocio. Debido a nuestra presencia en mercados que carecen de una infraestructura de reciclaje, una gran proporción de los envases de nuestros productos terminan en los vertederos. Esto es problemático, ya que los vertederos no gestionados crean una gran cantidad de gases nocivos y contaminantes, incluyendo el metano, un gas de efecto invernadero particularmente potente. Además, los vertederos informales están presentes en muchos de nuestros mercados, contribuyendo a la contaminación de las calles y la contaminación de las corrientes de agua y eventualmente de los océanos.

Estamos conscientes de la escala de nuestro desafío de residuos y estamos comprometidos a abordarlo. Gran parte de nuestro progreso vendrá de la creación de mejores y más eficientes envases desde el principio. Nuestras principales áreas de interés son la eliminación de los envases innecesarios, la optimización del peso y la selección de materiales más sostenibles como los plásticos renovables y PCR. También estamos planeando encontrar nuevas formas de ayudar a nuestros Socios a reciclar sus residuos de envases.

Empaques de papel certificado

Desde el 2010, hemos estado trabajando con Rainforest Alliance para mejorar y monitorear el impacto de nuestro papel y otros empaques de madera. Con su ayuda, nos hemos fijado el objetivo de que el 100% de los empaques de los productos provengan de fuentes certificadas FSC™. En el 2019, 60% de nuestros envases de papel y folletos procedían de fuentes certificadas de FSC™. El 39% provenía de materiales reciclados, y el 1% restante de fuentes no certificadas. La razón de la reducción de materiales de fuentes certificadas por FSC™ en 2019 se debe a un aumento en el número de proveedores evaluados, y algunos de los nuevos proveedores utilizan una gran cantidad de materiales reciclados.

Empaque de productos de fuentes con certificación FSC™ y materiales reciclados



*Los datos del 2018 se volvieron a evaluar y se actualizaron de 79% a 84%.

Optimización de los empaques

Hemos iniciado un programa enfocado en la optimización de los empaques en nuestra cadena de suministro que está en proceso de implementación. Entre los aspectos más destacados se encuentra la reducción de los envases de tránsito de 32 a 16 formatos, lo que se tradujo en un ahorro de 50 toneladas de CO2e, 90 toneladas de madera y 1.2 millones de litros de agua. En el proyecto también conseguimos reducir nuestro uso de material con 17 toneladas de plásticos que resultaron en un ahorro de 46 toneladas de CO2e.

Cero residuos en el vertedero

También es importante para nosotros abordar los residuos que se generan en el resto de nuestro negocio. En 2019, alcanzamos nuestro objetivo de 2020 de cero residuos en los vertederos de nuestras propias fábricas, un año antes de lo planeado. El 100% de nuestros residuos de fabricación evitó el vertedero, y la gran mayoría se destinó al reciclaje.



Logros del 2019

- 99% de los empaques de nuestros productos de papel de fuentes certificadas por el FSC™ o materiales reciclados
- 188 toneladas de plástico reciclado sustituyeron al plástico virgen en los envases de nuestros productos
- Cero residuos al vertedero de nuestra propia fabricación
- 7% de reducción de los desechos de fabricación por unidad producida desde 2015



Formulaciones

BUENO PARA TI, AMABLE CON EL PLANETA

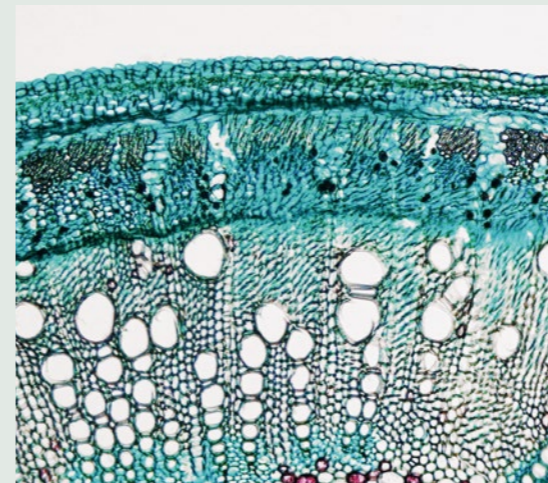
Las formulaciones de nuestros productos tienen un impacto ambiental durante la producción, así como durante y después del uso por parte del consumidor. Por eso necesitamos tomar las decisiones correctas con respecto a las materias primas que seleccionamos, al igual que cómo y de dónde las obtenemos.

Aliarse con la naturaleza

La naturaleza y las materias primas de la naturaleza juegan un papel importante en nuestra filosofía de productos. Nuestro respeto por la naturaleza significa que no usamos materiales derivados de flora y fauna protegida o en peligro de extinción. Fuimos una de las primeras compañías de cosméticos en el mundo en usar materias primas provenientes directamente de la naturaleza. Por ejemplo, en lugar de utilizar alcoholes sintéticos a base de petróleo en nuestras Eau de Toilettes, perfumes y aerosoles, utilizamos alcoholes de origen natural que a menudo provienen de granos fermentados – un gran ejemplo de la promoción del uso de materias primas naturales y la reducción del impacto climático. También contamos con una amplia gama de materiales naturales que incluyen extractos, mantecas, ceras, aceites y utilizamos únicamente exfoliantes de origen natural en nuestros productos exfoliantes.

Además, buscamos inspiración en la naturaleza durante la etapa de concepción y desarrollamos nuevas formulaciones con materias primas responsables desde el punto de vista ético y ambiental. Por ejemplo, nuestra búsqueda de activos antienviejecimiento sostenibles nos llevó a desarrollar nuestra propia tecnología de células madre vegetales, que proporciona tanto rendimiento como beneficios ambientales a nuestros productos. Estamos aumentando constantemente nuestra gama de activos de la tecnología de células madre vegetales.

CASO PRÁCTICO



Enfoque en las células madre vegetales

La tecnología de las células madre vegetales como origen de los compuestos activos de los productos para el cuidado de la piel es un enfoque biotecnológico muy sostenible.

Esta tecnología requiere menos material vegetal que el cultivo o el abastecimiento tradicional de plantas y utiliza menos energía y agua. No tiene ninguna variabilidad estacional o geográfica, evita el uso de plaguicidas tóxicos y nos permite acceder a material vegetal de todo el mundo. En general, tiene un impacto mínimo en los ecosistemas, ya que es independiente de los recursos naturales.

Células madre vegetales - ¿qué son?

Las células madre vegetales son la esencia misma de la vitalidad de las plantas. Son células inespecíficas extraídas del tejido meristemático de una planta - la parte que asegura el crecimiento como las raíces y los brotes.

Las células madre vegetales son una excelente e innovadora fuente de compuestos activos para el cuidado de la piel y el cabello, ya que contienen y producen grandes cantidades de fitocompuestos y sustancias esenciales proactivas como aminoácidos, lípidos, carbohidratos, vitaminas, minerales, antioxidantes y otros fitonutrientes.

Tecnología de células madre vegetales - ¿cómo usamos esta tecnología?

Seleccionamos varias especies de plantas en función de las posibles propiedades antienviejecimiento o de salud de la piel de sus fitocompuestos. Las plantas seleccionadas y las células madre de las plantas se cultivan en el laboratorio en condiciones óptimas para que florezcan como lo harían en la naturaleza. A continuación, extraemos los fitocompuestos de estos cultivos de células madre vegetales o de plantas in vitro. Estos extractos forman la fuente de nuestro desarrollo de ingredientes activos.

Trabajar con nuestros socios

- Un enfoque en la Canola [Brassica napus]



Conduce en Suecia a finales de la primavera y encontrarás franjas de amarillo cálido junto a campos verdes. Estos son cultivos de canola, plantas brillantes de floración amarilla que pertenecen a la familia de las Brassicaceae.

Nutricionalmente, el aceite de canola es muy bajo en grasas saturadas, lo que lo convierte en una opción saludable.

En cosmética, el aceite de canola es conocido por sus propiedades excepcionalmente hidratantes y nutritivas, gracias a su rico contenido en ácidos grasos, esteroides y vitamina E.

La canola que usamos en nuestros productos internos proviene de una empresa sueca llamada AAK. Gran parte de la canola de AAK se cultiva, cosecha y procesa en Suecia. AAK trabaja en estrecha colaboración con los agricultores suecos para garantizar que la canola que utilizamos se gestione de forma responsable y en cumplimiento con la legislación local. AAK también se asegura de que la canola que producen no esté modificada genéticamente, al igual que todos nuestros ingredientes.

Integridad de las materias primas

Somos muy proactivos en nuestro enfoque de la búsqueda responsable de materias primas para cosméticos y productos de Wellness. Siempre hemos prestado atención a las materias primas que pueden ser motivo de preocupación para los consumidores, tanto desde el punto de vista de la seguridad humana como desde el punto de vista ambiental y ético. Por ejemplo, eliminamos el formaldehído y el triclosán a nivel mundial, ambos materiales que pueden plantear problemas de seguridad, y evaluamos continuamente las opciones de nuestro sistema de preservación. También hemos eliminado ciertos materiales con impacto ambiental negativo a lo largo de los años, como los ftalatos y las microesferas/glitter plásticas de los productos de limpieza.

Desde una perspectiva de abastecimiento ético, tomamos la decisión de dejar de usar polvo de diamante natural debido a preocupaciones por conflicto. Nuestros productos cosméticos no contienen ciertos alérgenos potenciales como el níquel y el cacahuete, y cualquier alérgeno contenido en las fragancias se especifica en el producto. Por supuesto, siempre nos aseguramos de que nuestras materias primas no procedan de fuentes o materiales en peligro de extinción, y nunca utilizamos materiales animales directos en nuestros productos cosméticos y nuestros accesorios. Además, nuestras materias primas no se derivan de fuentes de OGM.

En el caso de ciertas materias primas clave para la industria cosmética, como el aceite de palma y la mica, hemos adoptado un enfoque pragmático y proactivo al asociarnos con la Mesa Redonda sobre el Aceite de Palma Sostenible y la Iniciativa por una Mica Responsable. Para obtener más información sobre la Iniciativa por una Mica Responsable, consulta las páginas 86-87 y sobre la RSPO consulta las páginas 43-44.

Contamos con un equipo de expertos centrado en nuestra cartera de materias primas y nuestra gestión, y estamos impulsando activamente el desarrollo de nuevas materias primas alineadas con la marca.

Estamos constantemente investigando y trabajando con nuestros socios para buscar alternativas responsables con el mejor perfil de seguridad y sostenibilidad.

Entender nuestras materias primas

Tenemos un proceso de racionalización de la materia prima para asegurarnos de que impulsamos la afluencia de nuevas materias primas que estén en línea con nuestra marca. Nuestros expertos continúan revisando las materias primas cosméticas y de Wellness desde una perspectiva de seguridad y de acuerdo con nuestros criterios de sostenibilidad. En el 2019 actualizamos nuestros criterios de sostenibilidad de las materias primas abordando lo siguiente:

- **Naturalidad:** esto se refiere al origen y determina si el material proviene directamente de la naturaleza o se procesa de alguna manera – como el prensado físico del aceite de aguacate o un proceso biotécnico como la fermentación.
- **Impacto ambiental:** se trata de comprobar si un material procede de una planta/ecosistema en peligro de extinción y evaluar su biodegradabilidad y posible toxicidad acuática.
- **Ética:** nos aseguramos de que cualquier materia prima de origen animal esté en nuestra lista de ingredientes animales permitidos, por ejemplo, cera de abejas, leche, miel, lanolina, seda. Para cada uno de estos ingredientes animales requerimos una declaración ética que garantice que no se lastimó a ningún animal. Nos aseguramos de que ninguna materia prima contenga organismos genéticamente modificados. También evaluamos nuestra materia prima en busca de vínculos con el trabajo infantil y las preocupaciones sobre conflictos.
- **Trazabilidad:** trabajamos con nuestros socios y hacemos un seguimiento del país en el que se cultivaron nuestras materias primas naturales.

También supervisamos constantemente los informes científicos sobre cuestiones ambientales para estar al día e informados. Construyendo esta comprensión holística de nuestros ingredientes podemos hacer informes precisos a nuestras audiencias internas y externas y saber dónde y cómo tomar las medidas más impactantes.

Bienestar de los animales

Nos comprometemos a comercializar productos que cumplan con nuestras propias normas sociales y éticas, y las de nuestros clientes. Oriflame se preocupa por el bienestar de los animales y las especies en peligro de extinción y tenemos altos estándares para todos los materiales que obtenemos:

- No utilizamos materiales derivados de animales (piel/cuero) en nuestros accesorios. Además, nos centramos en el uso de pelo sintético en nuestros cepillos.
- Para algunos productos, utilizamos subproductos animales de origen responsable, como cera de abejas y miel, derivados de la lanolina (una secreción de animales de lana) y productos lácteos.
- En nuestra gama de suplementos alimenticios Wellness utilizamos aceite de pescado procedente de poblaciones gestionadas de forma sostenible.

Nunca hemos probado nuestros productos o materias primas en animales en ninguna etapa del desarrollo del producto. Siempre hemos defendido métodos de prueba alternativos y utilizamos los últimos métodos in vitro (sin animales) para cualquier prueba que no sea apropiada para los voluntarios humanos, por ejemplo, pruebas para determinar irritación de los ojos.

Sin embargo, en ciertos países tenemos que someter nuestros productos terminados a pruebas adicionales por razones reglamentarias. Cuando esto ocurre, ofrecemos otras garantías de seguridad e intentamos persuadir a las autoridades pertinentes para que acepten estos datos. También trabajamos con la Asociación Europea de Comercio de Cosméticos, Cosmetics Europe, para acercar estas leyes locales a las regulaciones europeas. Cuando no tenemos éxito, debemos ocasionalmente - y a regañadientes - someter los productos terminados a más pruebas, que pueden incluir pruebas con animales. Para obtener más detalles, consulta nuestra Política de Bienestar Animal en nuestra página web corporativa.



Logros del 2019

- Exfoliantes de origen 100% natural
- Alcoholes de origen 100% natural en Eau de Toilettes, perfumes y aerosoles
- 100% de las nuevas materias primas y productos en desarrollo se analizaron de acuerdo con nuestro proceso de revisión de sostenibilidad
- Lanzamiento de nuevos criterios de sostenibilidad de las materias primas para evaluar el perfil de sostenibilidad de nuestras materias primas

RESPECTO POR LA NATURALEZA

Metas y compromisos



Agua

Compromiso	Límite	Avances	Comentarios
1. Reducir el uso de agua en las fábricas* en 15% para el 2020. <small>*Nuestra fábrica de Wellness en China no se incluyó en la meta debido a los bajos volúmenes de producción en ese momento.</small>	2020	Logrado	Desde 2015, el consumo de agua en las fábricas en relación con las unidades producidas ha disminuido en 18%.
2. Para el 2025, el 100% de los nuevos desarrollos de Cuidado de la Piel y Cuidado Personal deben ser biodegradables.	2025	Según lo planeado	Todos los nuevos productos de limpieza desarrollados en nuestras gamas de cuidado de la piel Love Nature Personal Care y Love Nature, junto con los productos de limpieza Feel Good, Essentials, Essence & Co y Feminelle se han creado con formulaciones biodegradables.
3. Para reducir aún más nuestra dependencia del agua, lanzaremos nuevos productos sin agua como parte de una gama clave para el 2025.	2025	Más por hacer	Estamos buscando oportunidades para desarrollar productos sin agua.



Bosques

Compromiso	Límite	Avances	Comentarios
4. Obtener el 100% de la fibra de madera de fuentes certificadas creíblemente** y/o material reciclado para el 2020.	2020	Logrado	En el 2019, el 100% del empaque de nuestros productos, los folletos y los catálogos de productos cumplieron con nuestro Compromiso de abastecimiento responsable de papel.

Compromiso	Límite	Avances	Comentarios
5. Obtener el 100% del papel para catálogos de fuentes certificadas** y/o material reciclado para el 2020.	2020	Logrado	En el 2019, el 100% de nuestro papel para catálogos cumplió con nuestro Compromiso de abastecimiento responsable de papel.
6. Procurar que el 100% de los envases y folletos de los expositores provengan de fuentes certificadas** por el FSC™ para el 2020.	2020	Según lo planeado	En el 2019, el 60% de nuestros empaques de papel y folletos procedían de fuentes certificadas por el FSC™. El 39% provenía de materiales reciclados, y el 1% restante de fuentes no certificadas.
7. 100% de los lápices de madera desarrollados después de 2020 provendrán de madera certificada por el FSC™.	2020	Según lo planeado	Todos los lápices de madera desarrollados después de 2020 serán certificados por el FSC™.
8. Obtener el 100% del aceite de palma sostenible certificado por cadena de suministro física para 2020.	2020	Más por hacer	En el 2019, el 76% del aceite de palma en nuestros productos terminados y materias primas tenían certificación por Balance de Masa, un aumento de 39% en 2018. El 24% restante fue cubierto por créditos de la RSPO.

**La fuente se define como la fábrica de papel



Clima

Compromiso	Límite	Avances	Comentarios
9. Reducir las emisiones de GEI de las operaciones globales de Oriflame en 50% para el 2020.* <small>*La meta se basa en las emisiones relativas a las ventas a partir de 2010 como nuestro año base.</small>	2020	Según lo planeado	Desde 2010, las emisiones de GEI relativas a las ventas han disminuido en 37%.
10. Reducir las emisiones de GEI del combustible estacionario y la energía en las fábricas* en 15 % para el 2020. <small>*Nuestra fábrica de Wellness en China no se incluyó en la meta debido a los bajos volúmenes de producción en ese momento.</small>	2020	Logrado	Desde 2015, las emisiones de GEI en relación con las unidades producidas han disminuido en 66%. Esto se debe principalmente a nuestra inversión en electricidad renovable.

Compromiso	Límite	Avances	Comentarios
<p>11. Reducir el uso de electricidad en las fábricas* en 15% para el 2020.</p> <p><i>*Nuestra fábrica de Wellness en China no se incluyó en la meta debido a los bajos volúmenes de producción en ese momento.</i></p>	2020	Según lo planeado	Desde el 2015, el uso de electricidad en relación con las unidades producidas disminuyó 14%.
<p>12. Lograr el 100% de electricidad renovable en los edificios operados por Oriflame.</p>	2020	Logrado	Desde 2018, el 100% del consumo de electricidad en todas las oficinas, almacenes y fábricas operadas por Oriflame proviene de fuentes renovables.
<p>13. Para el 2019, el carbono compensará el alcance actual de las emisiones de Oriflame (Alcance 1, Alcance 2 y partes del Alcance 3).</p>	2019	Logrado	En el 2019, compensamos climáticamente todo el alcance actual de las emisiones de GEI.
<p>14. Para el 2020, establecer los Objetivos Basados en la Ciencia (SBT) para el Alcance 1, el Alcance 2 y el Alcance 3.</p>	2020	Según lo planeado	Nos unimos a la iniciativa de los Objetivos Basados en la Ciencia y actualmente estamos llevando a cabo una evaluación del Alcance 3 para entender el impacto climático de toda nuestra cadena de valor. Con base en los resultados, desarrollaremos una referencia para establecer objetivos basados científicos alineados a 1.5°C en todas nuestras operaciones y cadena de valor.



Empaques

Compromiso	Límite	Avances	Comentarios
<p>15. Reducir los residuos creados en las fábricas* en 15% para el 2020.</p> <p><i>*Nuestra fábrica de Wellness en China no se incluyó en la meta debido a los bajos volúmenes de producción en ese momento y, por lo tanto, no se incluyó en los resultados.</i></p>	2020	Según lo planeado	Desde 2015, la producción de residuos en relación con las unidades producidas disminuyó 7%.

Compromiso	Límite	Avances	Comentarios
<p>16. No enviar ningún residuo de las fábricas* al vertedero para el 2020.</p> <p><i>*Nuestra fábrica de Wellness en China no se incluyó en la meta debido a los bajos volúmenes de producción en ese momento.</i></p>	2020	Logrado	En 2019, se evitó que el 100% de todos los residuos producidos en las fábricas de Oriflame terminara en vertederos.
<p>17. Usar al menos 20% de materiales reciclados post-consumo (PCR) en nuestros envases de cosméticos de PE y PET para el 2020.</p>	2020	Más por hacer	En 2019, un total de 188 toneladas de plástico PCR se utilizó en nuestros productos, sustituyendo al plástico virgen. Esto es un aumento de 120 toneladas en 2018. Actualmente tenemos alrededor de 11% de material PCR en nuestros envases de cosméticos de PE y PET.
<p>18. Año tras año, Oriflame se compromete a reducir el peso total del material de envasado utilizado en nuestros cosméticos y productos de Wellness.</p>	Año con año	Más por hacer	Actualmente estamos trabajando en la mejora de nuestros datos de envasado. Tenemos la ambición de establecer una referencia de peso para finales de año basándonos en nuestros datos mejorados. Este resultado nos dará más información para establecer una referencia de material y cómo alcanzar nuestros objetivos de envasado.
<p>19. Para el 2025, una parte significativa de los envases de plástico de Oriflame serán de materiales reciclados post-consumo, biobasados u otros materiales sostenibles.</p>	2025	Más por hacer	Actualmente estamos trabajando en la mejora de nuestros datos de envasado. Tenemos la ambición de establecer una referencia de peso para finales de año basándonos en nuestros datos mejorados. Este resultado nos dará más información para establecer una referencia de material y cómo alcanzar nuestros objetivos de envasado.
<p>20. Para 2025, el 75% de los empaques utilizados en nuestros cosméticos y productos de Wellness estarán diseñados para ser totalmente reciclables, reutilizables o compostables.</p>	2025	Según lo planeado	Actualmente estamos trabajando en la mejora de nuestros datos de envasado. Tenemos la ambición de establecer una referencia de peso para finales de año basándonos en nuestros datos mejorados. Este resultado nos dará más información para establecer una referencia de material y cómo alcanzar nuestros objetivos de envasado.
<p>21. Oriflame se ha comprometido a aumentar año tras año el uso de envases recargables y reutilizables.</p>	Año con año	Según lo planeado	Actualmente estamos trabajando en la mejora de nuestros datos de envasado. Tenemos la ambición de establecer una referencia de peso para finales de año basándonos en nuestros datos mejorados. Este resultado nos dará más información para establecer una referencia de material y cómo alcanzar nuestros objetivos de envasado.

Compromiso	Límite	Avances	Comentarios
<p>22. Facilitar a nuestros Socios y consumidores la necesidad de reciclar el empaque de sus productos aumentando continuamente la proporción de productos reciclables en el mercado (ver la meta 20) y proporcionar información sobre cómo y dónde deben reciclarse los productos*. Todas las oficinas de ventas deberían poder ayudar a nuestros Socios con esto a más tardar a finales de 2022.</p> <p><small>*En algunos casos esto puede significar que nosotros mismos proporcionemos una solución de reciclaje.</small></p>	2022	Más por hacer	<i>Estamos planeando encontrar nuevas formas de ayudar a nuestros Socios a reciclar sus residuos de empaques.</i>



Formulaciones

Compromiso	Límite	Avances	Comentarios
<p>23. Oriflame está comprometido con un proceso de revisión de la sostenibilidad del 100% de nuestras materias primas cosméticas y de Wellness.</p>	Año con año	Logrado	<i>Se revisó el 100% de las materias primas de cosméticos y Wellness bajo nuestros criterios de sostenibilidad en 2019.</i>
<p>24. Nos comprometemos a tener una guía para todas las materias primas identificadas como de interés para encontrar alternativas y eliminarlas gradualmente en posibles desarrollos futuros.</p>	Año con año	Según lo previsto	<i>Siempre prestamos atención a las materias primas que pueden ser motivo de preocupación para los consumidores, tanto desde el punto de vista de la seguridad humana como del medio ambiente y la ética. También hemos eliminado gradualmente ciertos materiales con un impacto ambiental negativo a lo largo de los años, como los ftalatos y las microesferas/glitter de plástico en los productos de limpieza.</i>

Compromiso	Límite	Avances	Comentarios
<p>25. Mejorar nuestra gama de productos, aumentando los ingredientes y soluciones sostenibles/naturales/circulares/innovadoras y lanzando cada año productos nuevos y más sostenibles.</p>	Año con año	Según lo previsto	<i>Se han lanzado nuevos productos de conformidad con el compromiso. En el 2019, relanzamos la línea para el cuidado de la piel Love Nature con extractos y aceites de origen orgánico, cero siliconas, productos de enjuague biodegradables, exfoliantes de origen natural, cero parabenos y plástico PCR en los envases. También lanzamos accesorios de moda con materiales reciclados y un suplemento de Wellness con calcio marino de origen sostenible.</i>

Conferencias e instalaciones

Compromiso	Límite	Avances	Comentarios
<p>26. Obtener la certificación del programa de construcción ecológica LEED® para todas las construcciones nuevas y las renovaciones importantes y buscar la eficacia medioambiental en todas nuestras instalaciones.</p>	Año con año	Logrado	<i>En 2019 no se concluyó ninguna construcción nueva ni ninguna renovación importante.</i>
<p>27. Para finales del 2020, minimizar la huella ambiental por participante en todas las conferencias internacionales y regionales de Oriflame mediante:</p> <ul style="list-style-type: none"> La organización de eventos climáticamente neutros verificados por terceros. La adición de las emisiones de GEI al conjunto de criterios para la toma de decisiones sobre dónde ubicar el evento, así como, siempre que sea factible, utilizar hoteles y lugares con certificación medioambiental. La implementación de los Lineamientos para Conferencias Sostenibles recientemente actualizados. 	2020	Más por hacer	<i>En el 2019, organizamos dos conferencias certificadas como climáticamente neutras. También desarrollamos los Lineamientos para conferencias sostenibles con el objetivo de aplicarlos a finales del 2020.</i>



Pasión por la gente

La responsabilidad social es importante para Oriflame debido al impacto y la posible influencia que tenemos en las personas alrededor del mundo. A través de nuestros 6,200 empleados, los Socios Oriflame, nuestros proveedores, las comunidades donde operamos y nuestros clientes, nuestro negocio toca millones de vidas cada día. Nuestro compromiso con la sostenibilidad social es continuo.

Esta sección de nuestra estrategia cubre los objetivos que se relacionan con las personas y la sostenibilidad social. Esto incluye a nuestros empleados, nuestros Socios, nuestros clientes y los empleados de nuestros proveedores. Por eso esta sección aborda temas como los derechos humanos, la seguridad del consumidor, la diversidad e inclusión, la anticorrupción y la salud y seguridad de los empleados.

Experiencia de los empleados

LA COMPAÑÍA PARA LA GENTE QUE LUCHA POR SUS SUEÑOS

No es un secreto que los empleados que vienen a trabajar con grandes sonrisas son más productivos y están más motivados. Queremos que nuestros colegas se sientan desafiados y necesitados y queremos que sientan que Oriflame es un lugar para gente que lucha por conseguir sus sueños. En el 2019, continuamos desarrollando nuestro enfoque centrado en el empleado y lo aplicamos a cada paso de la experiencia de los empleados de Oriflame – desde la primera entrevista de contratación hasta la fiesta de jubilación de un empleado. También esperamos que nuestros colegas desarrollen activamente sus carreras. Este compromiso de ser proactivo es lo que define e impulsa nuestra visión estratégica.

Encontrar a los mejores

En el 2019, comenzamos a perfeccionar nuestro proceso de reclutamiento para proporcionar una mejor experiencia al candidato. Con este fin, creamos un departamento independiente de Reclutamiento Internacional con el objetivo de reclutar puestos clave para las funciones centrales. Nuestro objetivo es tener una comunicación abierta, rápida y personal con nuestros candidatos, para que se sientan realmente apreciados durante el proceso de contratación.

También hemos comenzado la implementación de Comerstone, un nuevo sistema informático que unirá todas nuestras herramientas digitales de reclutamiento bajo un mismo techo. Se trata de un sitio de cara al exterior, que atrae a los mejores talentos con su bello y fácil diseño y contenido, así como una base de datos interna para ver las ofertas de trabajo internacionales y locales.

En el 2020, nos proponemos eliminar cualquier posible sesgo hacia nuestros candidatos. Comerstone es una forma de abordar esto – la información sobre los candidatos disponible para los reclutadores en este sistema será limitada para evitar causar cualquier sesgo.

Cuando se trata de encontrar nuevos talentos, creemos en la diversidad. Un entorno diverso en el que cada cultura, género, religión y raza se sienta como en casa es mucho más creativo y productivo que uno homogéneo.

En total, hay 76 nacionalidades representadas en nuestra fuerza de trabajo a nivel mundial. En términos de género, creemos que nuestra fuerza de trabajo tiene un buen equilibrio en general, con 58% de mujeres y 42% de hombres. En el 2019, las mujeres representaron 43% del equipo de gestión global. Para finales de 2019, tres mujeres y siete hombres conformaron la Dirección del Grupo y cinco hombres y tres mujeres conformaron la Junta Directiva de Oriflame. En el 2020, la Dirección del Grupo incluirá cuatro mujeres y seis hombres.

Apoyamos el deseo de nuestra gente de crecer

Como nuestra misión es ayudar a las personas a cumplir sus sueños, creemos que dotar a todos los empleados de las herramientas y los conocimientos adecuados es la única manera de crear una comunidad sólida de profesionales capaces de seguir sus aspiraciones. Por esta razón, en el 2019 continuamos invirtiendo fuertemente en el aprendizaje, el desarrollo y la formación de los empleados.

Creemos que la formación y las oportunidades de aprendizaje son más eficaces cuando son divertidas. Por eso nos gusta organizar eventos mundiales entretenidos y educativos, como nuestra campaña Héroes Digitales y el evento Dragon's Den.

En el 2019, la campaña mundial de Héroes Digitales ayudó a aumentar la conciencia sobre varias soluciones de trabajo digital. El concepto de superhéroe y el estilo de comunicación de los cómics que elegimos para esta campaña proporcionaron una forma divertida y atractiva de capacitar a los empleados en las herramientas de Microsoft Office 365.

Número de nacionalidades



Edad promedio



Rotación de empleados

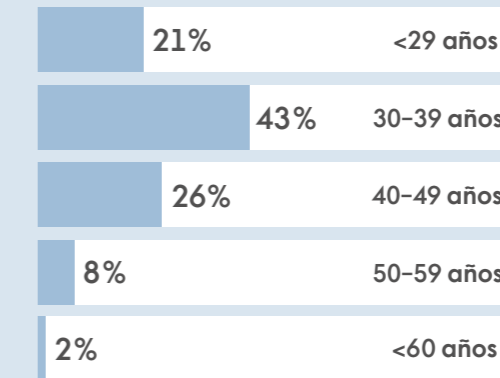
17% <=29 años
11% 30-39 años
8% 40-49 años
6% 50-59 años
14% >=60 años



Permanencia promedio

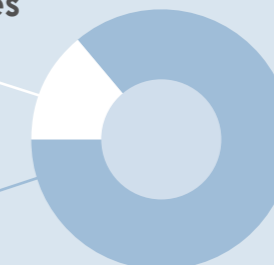


Distribución de edad

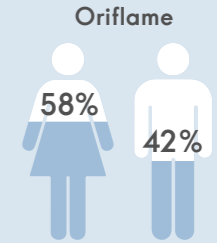


Contratos laborales

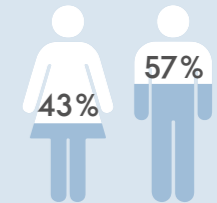
14% Temporal
86% Permanente



Equilibrio de géneros



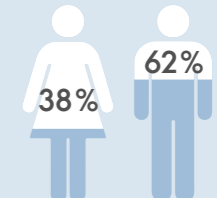
Dirección del Grupo



Dirección del Grupo



Junta Directiva



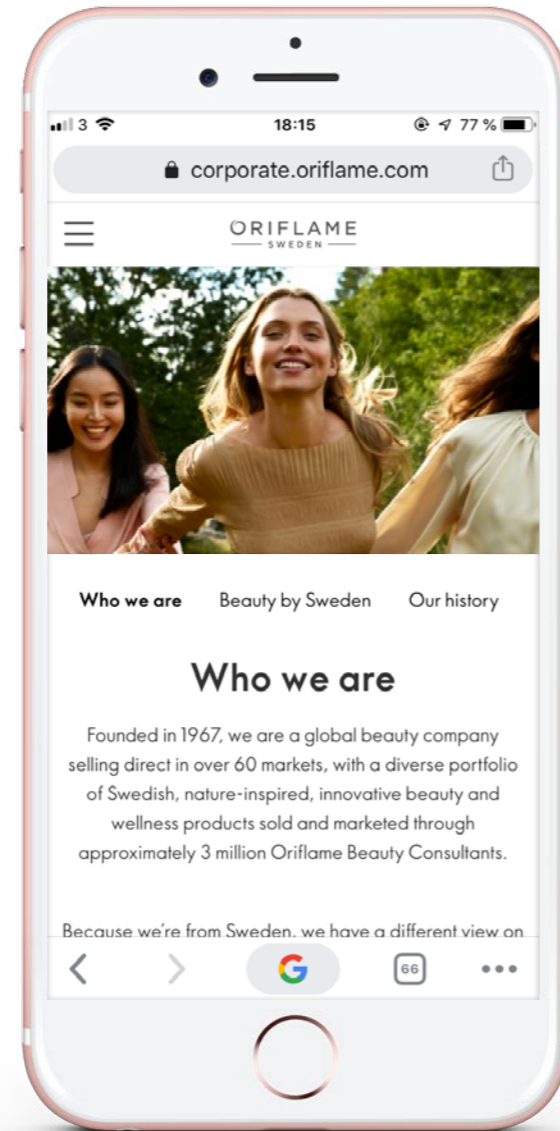
Terminamos el año con otro evento - Oriflame Dragons' Den 2019. Esta iniciativa global fue una verdadera celebración del espíritu emprendedor de nuestros empleados. Se presentaron 128 ideas de productos innovadores a nivel mundial, y lo mejor de lo mejor se eligió para un espectáculo de la Gran Final en Estocolmo. También cabe destacar que tres de los ocho finalistas tenían ideas relacionadas con la sostenibilidad, con el objetivo de reducir nuestra huella ambiental. Algunos de estos conceptos ya están siendo implementados, otra indicación de nuestra comunidad creativa e innovadora.

Otra campaña mundial que lanzamos dio más énfasis a las necesidades de aprendizaje individuales de cada empleado. En el 2018, iniciamos una colaboración con LinkedIn Learning – una de las plataformas de aprendizaje a distancia más grandes del mundo – para proporcionar un acceso ilimitado a nuevas habilidades y conocimientos para todos los que trabajan en Oriflame. En el 2019, decidimos fortalecer el interés de nuestros colegas en esta plataforma y desarrollamos la campaña Always Curious (Siempre curiosos). La campaña fue bien recibida por los empleados de Oriflame y ahora tenemos un total de 1000 licencias de aprendizaje LinkedIn que ofrecen aprendizaje ilimitado y 993 licencias que se están utilizando activamente. Esto significa que uno de cada seis empleados de la empresa utiliza esta plataforma, en un promedio de 4.5 horas por empleado al año. Debido a esto, Oriflame ganó el Premio al Talento 2019 de LinkedIn y fue reconocida y celebrada como una compañía con la Mejor Cultura de Aprendizaje – todo gracias a nuestros increíbles colegas comprometidos con la formación de LinkedIn y las mentes creativas detrás de esta campaña.

Fortalecer nuestra comunidad de empleados

En el 2019, continuamos con el seminario Oriflame Way para todos los empleados. Este curso esencial abarca la cultura, la historia y los negocios de Oriflame. Estamos extremadamente orgullosos de anunciar que 72% de todo el personal de Oriflame a nivel mundial ya terminó el seminario, con el objetivo de alcanzar el 100% para el 2020.

Para unir e involucrar a nuestra gente aún más, dependemos en gran medida de nuestras herramientas digitales.



Nuestros esfuerzos para mejorar estas herramientas nos llevan al relanzamiento de nuestro sitio corporativo, que ahora es más fácil de usar, más fácil de navegar y contiene información relevante y actualizada. Por último, pero no menos importante, siempre estamos ampliando nuestro alcance en los medios sociales. Nuestra cuenta de Instagram @liffeatoriflame creció 54% y llegó a 15,500 seguidores en el 2019, convirtiéndose en la cuenta de carreras más grande entre las empresas de belleza de venta directa. Nuestra página corporativa de LinkedIn tiene casi 75,000 seguidores, lo cual es un gran hito para nosotros, y un aumento de 21% en comparación con el año pasado.

Medir nuestro impacto

En Oriflame, siempre buscamos nuevas formas de ser más ágiles, especialmente en la forma de medir y mejorar la experiencia de nuestros empleados. Para ello, utilizamos nuestro propio Net Promotor Score del Empleado (eNPS), que está diseñado para la retroalimentación y entrada de datos de los empleados sobre una base trimestral. El eNPS combina la metodología estándar del NPS y la satisfacción de los empleados, identificando un número de áreas estratégicas dentro de la compañía, tales como la experiencia de los empleados al trabajar en Oriflame, la disposición de los empleados para recomendar Oriflame como un lugar atractivo para trabajar, y las sugerencias de los empleados sobre cómo mejorar.

En el 2019 comenzamos a implementar el eNPS a escala mundial y hasta ahora hemos recibido los resultados de la encuesta de 43 mercados en todo el mundo. Para el 2020, implementaremos el eNPS para todos los mercados de Oriflame. El puntaje general y los comentarios que nuestros empleados dejan al responder las preguntas abiertas, nos ha dado una confirmación de que nuestra estrategia y cultura corporativa es considerada un factor clave para permanecer en Oriflame.

Proteger la salud y la seguridad

En Oriflame, estamos comprometidos a garantizar que ningún empleado se exponga a ningún riesgo de salud o seguridad cuando trabaje para nosotros o en nuestro nombre. Nuestra función de Salud y Seguridad del grupo continúa apoyando a nuestra organización para identificar y controlar esos riesgos. En el 2019, continuamos con una serie de iniciativas que iniciamos en 2017 y 2018, que proporcionan a nuestros empleados un lugar de trabajo, procesos y herramientas seguros.

En particular, nuestro equipo de Aseguramiento Global realizó 25 auditorías dedicadas a la salud y la seguridad, que abarcaron 21 de nuestros lugares más críticos en términos de riesgos de salud y seguridad. Nuestro curso en línea de Concienciación sobre Salud y Seguridad – disponible para todos los empleados en inglés, ruso, chino (simplificado) y francés – se realizó 267 veces en el 2019 (537 cursos terminados desde el inicio hasta la fecha). Los requisitos clave para la gestión de la salud y la seguridad en el lugar de trabajo se detallan en una Política a nivel de Grupo. Esos requisitos incluyen, entre otros, los siguientes: identificación y vigilancia del cumplimiento de la reglamentación aplicable en materia de salud y seguridad, planificación de emergencias, prevención de incendios y pérdidas, y calificación de los proveedores y contratistas.

El seguimiento de la política se realiza mediante un proceso de control interno, en el que cada entidad Oriflame está obligada a confirmar la implementación de la política. La verificación de la aplicación se lleva a cabo anualmente en entidades seleccionadas. La salud y la seguridad de los empleados también forma parte de nuestro Código de Conducta.

Durante el año 2019, no hubo muertes ni enfermedades ocupacionales en ninguno de nuestros sitios. Reportamos y registramos cada accidente en todas nuestras plantas. Los accidentes se investigan y se les da seguimiento con el objetivo de identificar las verdaderas causas, y consecuentemente se implementan acciones correctivas para prevenir futuros incidentes.

A nivel mundial, recopilamos y controlamos los datos de incidentes y accidentes ocurridas en nuestras instalaciones y analizamos los resultados para ayudarnos a aplicar las mejoras o medidas preventivas necesarias. Hemos establecido comités de salud y seguridad que representan a la totalidad de la fuerza de trabajo en nuestras principales plantas. Las reuniones se realizan al menos cuatro veces al año, dependiendo de la ubicación, y en ellas participan representantes de los trabajadores y las autoridades de salud y seguridad.

Los datos detallados de salud y seguridad están disponibles en el Índice de Contenido de la GRI.



Derechos humanos

MEJORA DE LOS ESTÁNDARES EN TODA NUESTRA CADENA DE VALOR

Oriflame opera en varias áreas de alto riesgo en cuanto a violaciones de los derechos humanos y adopta una postura firme en cuestiones sociales y éticas. En caso de que cualquier incumplimiento se haga evidente en nuestras operaciones o las de nuestros proveedores, nos comprometemos a actuar. Con el fin de comprender los riesgos de la manera más completa posible, realizamos un estudio exhaustivo que evalúa los principales impactos en los derechos humanos en todo nuestro negocio. Como resultado, identificamos nuestros riesgos más destacados y ahora estamos trabajando para asegurarnos de que se aborden adecuadamente. Nuestro compromiso de respetar los derechos humanos en todas nuestras operaciones, en nuestra cadena de suministro y en las comunidades en las que operamos, se resume en un Compromiso interno de Derechos Humanos aprobado por la Dirección del Grupo y se incorpora a nuestro proceso de evaluación de riesgos empresariales.

Parte de nuestro compromiso es llevar a cabo una evaluación de riesgos en materia de derechos humanos para todos los nuevos mercados como parte de nuestro proceso de debida diligencia. En el 2019, entramos en Uzbekistán y, por lo tanto, junto con un socio, realizamos una evaluación del riesgo en materia de derechos humanos del nuevo mercado. El resultado de esta evaluación se está desarrollando en un plan de mitigación para abordar dichos riesgos.

Ética y cumplimiento

El cumplimiento en Oriflame se define como la gama de herramientas e iniciativas implementadas para salvaguardar a los empleados, recursos, integridad, reputación y socios comerciales de la compañía. Cumplimos al pie de la letra las leyes y nos esforzamos por ir más allá siempre que podemos y siempre hacemos lo correcto.

En Oriflame, tenemos una política de cero tolerancia en relación a todas las violaciones de los derechos humanos, incluyendo cualquier forma de corrupción activa o pasiva, acoso y discriminación.

En el 2007, publicamos nuestro Código de Conducta, que se ha actualizado en numerosas ocasiones desde entonces. Este documento se apoya en varias políticas internas y establece los principios que guían la forma en que operamos en Oriflame, siempre con un alto nivel de integridad y una fuerte conciencia ética y moral.

El Código de Conducta y las políticas de apoyo están disponibles para todos los empleados en varios idiomas. Este contenido también se explica a todos los empleados en varios cursos presenciales y en línea. En el 2019, se impartieron 27 sesiones presenciales de capacitación relacionadas con el cumplimiento, las políticas y el código de conducta, que llegaron a 644 empleados. Oriflame es también la primera compañía que ha apostado por la formación sobre el Código de Conducta con la experiencia de los juegos de mesa, que es una gran manera de pasar el tiempo y aprender al mismo tiempo. En el 2020, el juego de mesa se imprimirá y enviará a todas las regiones de Oriflame donde se utilizará para la integración.

Nuestros gerentes son nuestra primera línea de defensa, esperamos que den el ejemplo en todo lo que hagan, que escuchen activamente las preocupaciones de sus equipos y que actúen en consecuencia. En el 2018, lanzamos nuestra iniciativa de Promesa de Cumplimiento Anual. El compromiso es simultáneamente una confirmación de actuar sobre las preocupaciones del año pasado y un compromiso de actuar en el próximo año, de acuerdo con las leyes, nuestro código de conducta y nuestras políticas. En el 2018, todos nuestros 184 gerentes de mayor rango (Vicepresidentes y superiores, Equipo de Gestión Regional, Directores Generales locales y Gerentes de Finanzas) se comprometieron con la iniciativa.

En el 2019, otros gerentes se sumaron a la iniciativa de manera voluntaria, y el número total de promesas llegó a 276.

Alentamos a los empleados a que informen abiertamente sus preocupaciones y hagan preguntas relacionadas con el cumplimiento. Se recuerda regularmente a los empleados que pueden dirigir estas preocupaciones a su gerente directo, o a cualquier otro gerente de la empresa. Además, Oriflame ha implementado un mecanismo de notificación de incumplimientos desde el 2007, garantizando la confidencialidad y protección a los empleados que levantan reportes de buena fe. Un Comité de Gobernanza compuesto por miembros de la alta dirección de la empresa (Director General, Director de Finanzas, VP General, VP de Aseguramiento Global, VP de Sostenibilidad, VP de Experiencias de los empleados) revisa todas las alegaciones de infracciones al Código de Conducta de Oriflame. Este comité solicita que se realicen investigaciones siempre que sea necesario. Desde su creación, el Comité de Gobernanza ha revisado alrededor de 10 casos por año en promedio. En el 2019, el comité procesó menos de 10 casos.

Las estadísticas de estos mecanismos de denuncia, así como las reseñas de casos notables, se presentan trimestralmente al Comité de Auditoría, preservando al mismo tiempo la confidencialidad de los empleados que hacen la denuncia.

Oriflame está comprometida con la protección de los derechos humanos, incluyendo la libertad de asociación, en todas las etapas de su cadena de valor. Nuestro Código de Conducta establece un límite claro cuando se trata de trabajo forzado, trabajo infantil o esclavitud moderna. Estas prácticas están clara y estrictamente prohibidas dentro de Oriflame, y tenemos un Código de Conducta de Proveedores que traslada estos requisitos a nuestra cadena de suministro externa. El Código de Conducta de Proveedores es parte de nuestros términos estándar para hacer negocios con los proveedores.





¿Sabías que...?

Para nuestros accesorios, hemos creado una Lista de Sustancias Químicas Restringidas (RSL), donde algunos de nuestros requisitos van más allá de la norma de la UE. Todos los principales proveedores/agentes de accesorios Oriflame se han comprometido a seguir la lista RSL. Para el 2020, continuaremos revisando las fábricas activas mediante auditorías de escritorio, con el objetivo de cubrir las todas para el 2021.

Proveedores sostenibles

En Oriflame, creemos que la integración de los criterios de sostenibilidad en la práctica de las adquisiciones es una parte esencial para avanzar hacia una cadena de valor más sostenible.

Cadena de suministro de Oriflame

Más de 60% de los volúmenes de nuestros productos se fabrican de manera interna. Las plantas de fabricación están situadas en Polonia, Rusia, India y China. Proveedores externos en Europa Occidental y Central, Rusia y Asia producen la mayoría de nuestros productos restantes, incluyendo cosméticos, accesorios y productos de Wellness. Nos esforzamos por abastecernos lo más cerca posible de nuestros mercados a través de diferentes iniciativas de abastecimiento regional, manteniendo al mismo tiempo los requisitos legales y aumentando los niveles de servicio. Durante el 2019, continuamos aumentando el abastecimiento regional de proveedores con sede en lugares estratégicos, particularmente en China, India e Indonesia.

Algunos de nuestros productos, empaques y materias primas proceden de mercados clasificados como de alto riesgo desde el punto de vista de los derechos humanos y la corrupción. Estos se encuentran principalmente en China e India, pero también incluyen países como Rusia, Indonesia, Malasia y Brasil. En el 2019 comenzamos a elaborar una estrategia actualizada tanto para los proveedores de materiales directos (productos terminados, envases y materias primas) como para los proveedores indirectos (como en todos los bienes y servicios que como empresa compramos, pero no vendemos). Este trabajo continúa en el 2020, con el objetivo de asegurarnos de que gestionamos nuestros proveedores en países de alto riesgo.

Ayudar a nuestros proveedores a mejorar

Nuestro programa de Evaluación Global de Proveedores Oriflame para los proveedores de Materiales Directos es muy importante para ayudarnos a mejorar nuestro desempeño de sostenibilidad a lo largo de toda nuestra cadena de valor.

Este programa nos permite evaluar objetivamente a nuestros proveedores en una serie de criterios de sostenibilidad, incluyendo los derechos humanos, especificando nuestros requisitos sobre cómo se evalúan, califican y desarrollan los proveedores.

El fundamento de este proceso es el Código de Conducta de los Proveedores, que describe nuestros requisitos en relación con las condiciones de trabajo, la salud y la seguridad, la discriminación y el impacto ambiental, por nombrar algunos. El Código se aplica principalmente a todos nuestros proveedores de primer nivel, incluidos los de materias primas y empaques, aunque alentamos a nuestros proveedores a que apliquen este Código de Conducta en su propia cadena de valor.

El segundo paso de este proceso es una herramienta de evaluación de proveedores que se utiliza para comprender el nivel del sistema de gestión implementado, priorizar nuestras auditorías in situ, así como identificar y codificar las mejoras. Los proveedores que representan aproximadamente 98% de nuestro gasto directo en productos terminados, cosméticos, accesorios y Wellness están cubiertos por esta herramienta. La herramienta proporciona tarjetas de puntuación detalladas que nos facilitan la comprensión del desempeño de sostenibilidad del proveedor. Se trata de una evaluación basada en pruebas, adaptada a cientos de categorías de negocios y que tiene en cuenta las etiquetas y certificaciones pertinentes de la industria.

Avances en el cumplimiento de la sostenibilidad de los proveedores en el 2019

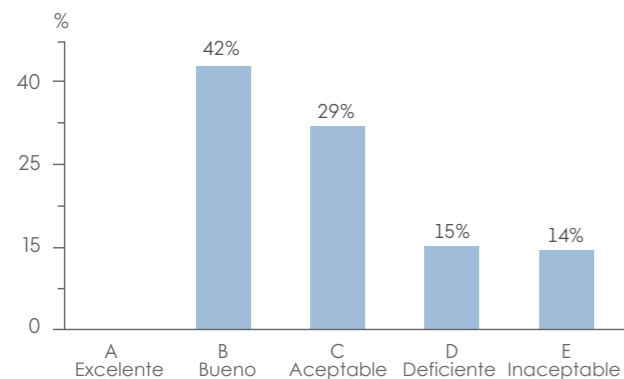
Oriflame llevó a cabo auditorías de sostenibilidad en China y la India a los proveedores de productos terminados y materiales de empaque a través de su propio equipo de auditoría local. Además de su propio equipo de auditoría, para las categorías de accesorios de belleza de los proveedores, Oriflame también utilizó agencias de socios comerciales que hicieron auditorías de sostenibilidad adicionales para asegurar el cumplimiento de los proveedores. Se evaluó a otros proveedores para determinar su cumplimiento de sostenibilidad con la ayuda de una herramienta de evaluación offline de terceros llamada Ecovadis.

Proceso de auditoría

Las categorías auditadas incluyen proveedores de cosméticos, Wellness, envases y accesorios. Cuando se encuentran incumplimientos, se acuerda un plan de acción correctiva con el proveedor y se pone en marcha. A continuación, se da al proveedor un plazo determinado (el plazo general es de 3 meses) para completar las acciones necesarias para cerrar los incumplimientos.

En el siguiente gráfico, se identifica a los proveedores con calificación D, existentes o potenciales, que tienen incumplimientos críticos o una puntuación de cumplimiento inferior a 70%. Los proveedores con calificación E, existentes o potenciales, se identifican con incumplimientos críticos o una puntuación de cumplimiento inferior a 50%. Los proveedores potenciales de grado D y E mejoraron significativamente o, en la mayoría de los casos, no se les otorgó el negocio. Los proveedores existentes con calificación D o E están más a menudo dispuestos a mejorar y cerrar los incumplimientos. De lo contrario, están dispuestos a discutir el plan de salida. El equipo de adquisiciones y el equipo de calidad y sostenibilidad global revisan con regularidad el estado actual de progreso de cada proveedor. En los últimos años se ha hecho hincapié en el trabajo conjunto con los proveedores para reducir los incumplimientos y mejorar su desempeño en materia de sostenibilidad.

Resultados de las auditorías de sostenibilidad en Asia



“No hemos encontrado ninguna prueba de trabajo infantil o de jóvenes trabajadores en nuestras auditorías, ni hemos tenido que hacer frente a ningún caso de trabajo forzoso”.

Se está trabajando para mejorar el desempeño de los proveedores. El tipo de industria y la región/ubicación de los proveedores tiene una gran influencia en los resultados generales de las auditorías. En China, una gran parte de los proveedores se gestionan a través de agencias de comercio. Estos proveedores se auditaron por las dichas agencias antes de la auditoría de Oriflame. Como resultado, la mayoría de los proveedores chinos tienen una buena puntuación en cuanto a la auditoría de sostenibilidad.

Resumen de los hallazgos de las auditorías

Las tres principales áreas deficientes de los cumplimientos son:

- Seguridad en el lugar de trabajo (falta el control del equipo de protección personal y el control del examen de salud ocupacional).
- Condiciones de empleo y trabajo (demasiadas horas de trabajo y compensación de horas extras).
- Cumplimiento legal (falta de licencias, incumplimientos, control insuficiente de los residuos peligrosos, etc.).

No se registró ningún hallazgo de cero tolerancia en ninguna auditoría en la India o China. No hemos encontrado ninguna prueba de trabajo infantil o de jóvenes trabajadores en nuestras auditorías, ni hemos tenido que hacer frente a ningún caso de trabajo forzoso. El principal desafío es que los proveedores carecen de una política y procedimientos establecidos que claramente eviten que no cumplan con estos problemas.





Seguridad del consumidor

NUNCA COMPROMETEMOS LA SEGURIDAD DE NUESTROS CONSUMIDORES - SU BIENESTAR ES DE SUMA IMPORTANCIA PARA NOSOTROS

Oriflame tiene un equipo de expertos en seguridad que trabajan con especialistas internos y externos. Juntos, se aseguran de que cada ingrediente que usamos y cada producto que vendemos cumpla con nuestros altos estándares de calidad y seguridad. Tenemos los mismos altos estándares en cualquier parte del mundo donde se hagan o vendan nuestros productos.

En Oriflame sólo utilizamos materias primas de la más alta calidad. De esta manera nos aseguramos de minimizar la presencia de cualquier ingrediente añadido involuntariamente. Todas nuestras materias primas se someten a un riguroso proceso de evaluación por parte de numerosos expertos en varias etapas del desarrollo de nuestros productos, con el fin de garantizar que todos los materiales cumplan con nuestros muy altos estándares.

Para todos nuestros productos cosméticos, aplicamos una evaluación exhaustiva que incluye lo siguiente:

- Realizamos una evaluación exhaustiva de todas las materias primas. Sólo utilizamos proveedores de confianza, y sólo seleccionamos ingredientes que estén respaldados por datos satisfactorios.
- Medimos cuidadosamente los niveles de concentración seguros. Nuestro equipo de expertos toxicólogos se aseguran de que los ingredientes sean seguros para el uso previsto y el grupo de consumidores previsto.

- Probamos nuestras formulaciones finales para detectar irritación la sensibilización en voluntarios humanos sanos en laboratorios independientes, y también utilizamos pruebas "in vitro" (sin animales) para confirmar aún más la seguridad de nuestros productos.
- Después del lanzamiento, recopilamos proactivamente información de los consumidores y datos sobre cualquier efecto no deseado.

Todos los productos cosméticos de Oriflame están hechos para ser seguros de acuerdo con las disposiciones del Reglamento Europeo de Cosméticos (EC Núm. 1223/2009) y otras regulaciones internacionales importantes. En los mercados en los que la normativa está menos desarrollada, Oriflame aplica los requisitos de la normativa europea en materia de seguridad como mínimo.

Tenemos medidas aún más estrictas para garantizar la seguridad de nuestros productos de Wellness. Todos nuestros productos están formulados de acuerdo con la legislación alimentaria mundial y local, aplicando criterios estrictos para asegurar que son de la más alta calidad y seguridad. Además, como parte del compromiso de Oriflame con la calidad de los productos y la seguridad alimentaria, insistimos en que todos nuestros proveedores que producen nuestros productos se adhieran a estrictas normas de seguridad alimentaria y de calidad. Para lograrlo, hemos desarrollado el Código de Práctica de Oriflame para Proveedores de Wellness, que se basa en la legislación alimentaria europea, las normas de certificación de seguridad alimentaria, las mejores prácticas de la industria y los requisitos específicos de Oriflame - asegurando que todos nuestros productos Wellness cumplan con los mismos altos estándares de seguridad en todo el mundo.



100% de los productos cosméticos, accesorios y de Wellness de Oriflame a nivel mundial siguen estrictos procedimientos internos y se evalúan antes de su lanzamiento para asegurar que cumplen con los requisitos de etiquetado pertinentes en todos los mercados en los que se venden los productos, por ejemplo, el Reglamento de Cosméticos de la UE Núm. 1223/2009, 1169/2011 para los productos alimenticios.

Tenemos certificados de seguridad presentes para el 100% de los más de 1,000 productos que tenemos en el mercado. En el 2019 no hubo incidencias de incumplimiento de las regulaciones y códigos voluntarios con relación al impacto en la salud y la seguridad de nuestros productos cosméticos o de Wellness.

Oriflame se compromete a evitar el uso de sustancias CMR en nuestros productos (sustancias clasificadas como carcinógenas, mutagénicas o tóxicas para la reproducción). Lo hacemos mediante el seguimiento continuo de los últimos datos científicos sobre nuestros ingredientes y tomando medidas tempranas si creemos que un ingrediente no cumple con el alto estándar de seguridad de Oriflame. Por lo tanto, estamos orgullosos de informar que no tenemos ninguna sustancia CMR presente en nuestros productos. Somos conscientes de que los interruptores endocrinos son una preocupación para nuestros consumidores. Nuestro enfoque aquí es el mismo - monitoreamos continuamente los desarrollos con respecto a los interruptores endocrinos y prohibimos o eliminamos cualquier ingrediente que no se adhiera a nuestro alto compromiso con la seguridad.

En Oriflame creemos en tomar medidas adicionales para garantizar la seguridad de los niños que usan nuestros productos. Por esta razón, nos aseguramos de que toda fragancia utilizada en los productos para niños esté libre de cualquiera de los alérgenos de fragancias conocidos. La nanotecnología es todavía una ciencia emergente y presenta muchas grandes posibilidades. Mientras que la ciencia aún está evolucionando, nos comprometemos a utilizar únicamente nanomateriales evaluados por el organismo científico independiente que asesora a la Comisión Europea (SCCS) y que se ha demostrado que son seguros. Queremos dar a nuestros consumidores la confianza de que los nanomateriales presentes en los productos Oriflame son seguros y eficaces.

Productos socialmente responsables

HACIENDO LA DIFERENCIA

Nuestros productos necesitan agregar valor de varias maneras para que podamos seguir siendo relevantes para nuestros clientes. Hemos añadido esta área específica para resaltar nuestras intenciones de ir más allá. Como leerás a continuación, hemos establecido varias iniciativas a lo largo de los años.

Apoyando a las comunidades de Comercio Justo en India

Oriflame obtiene aceite de coco orgánico de Comercio Justo de una comunidad de agricultores en Kerala, India, para usarlo en la primera gama cosmética mundial certificada como Comercio Justo: la crema para ojos y cara EcoBeauty. Al trabajar con Comercio Justo, se garantiza a los agricultores un precio justo por los ingredientes. Además, un porcentaje de las ventas de los productos se invierte en un fondo que apoya a la comunidad en proyectos sociales, económicos y ambientales específicos. Los proyectos incluyen:

- La organización del mayor evento de intercambio de semillas del sur de la India: cada año el Festival de las Semillas reúne a decenas de miles de agricultores, que entre ellos intercambian casi 6,000 variedades autóctonas de semillas que mejoran la biodiversidad y la seguridad alimentaria.

- La creación de bancos de semillas comunitarios en los que los colectivos de mujeres de los barrios sirven de custodios de la innumerable diversidad de semillas en cultivos selectos mediante la conservación in situ.
- La capacitación sobre la mitigación de los riesgos climáticos y la gestión de los recursos naturales, incluido el desarrollo y la protección de los recursos hídricos comunitarios.
- La promoción de la seguridad alimentaria y la protección de los cultivos mediante el uso de biocercas en torno a las tierras de cultivo y de cercas accionadas por energía solar o baterías.

La Alianza Fairtrade de Kerala es una organización de pequeños agricultores del sur de la India. La organización evolucionó como respuesta a la crisis agraria que dio lugar al endeudamiento y a una situación en la que los agricultores muchas veces ni siquiera se les cubría el costo de producción. Al introducir los principios del comercio justo, se garantiza a los pequeños agricultores un precio justo por el producto, mientras que la agricultura sostenible también significa que la tierra y los trabajadores están mejor protegidos.

Obtención de mica natural

La mica es un grupo de minerales utilizados en una gran variedad de industrias y bienes de consumo. En Oriflame usamos predominantemente mica natural como pigmento perlado en los cosméticos que se encuentran en algunos de nuestros envases. Gran parte de nuestra mica natural proviene de la India, donde los desafíos sociales y económicos pueden llevar a un riesgo de trabajo infantil y a condiciones de trabajo inseguras para los que trabajan en las minas. Creemos que al seguir obteniendo nuestra mica natural de la India podemos contribuir al desarrollo de prácticas y políticas que mejoren los medios de vida de las personas que trabajan en las minas. Para fortalecer esto y desarrollar soluciones impactantes en el terreno, Oriflame se unió a la Iniciativa por una Mica Responsable en 2017 y nuestro compromiso proactivo continuó en el 2019.



Iniciativa por una Mica Responsable



Somos un miembro activo de la Iniciativa por una Mica Responsable (RMI), cuyo objetivo es erradicar el trabajo infantil y las condiciones de trabajo inaceptables en la cadena de suministro de mica de la India, trabajando en colaboración con empresas de diferentes industrias y con el valioso apoyo de las ONG locales.

La estrategia de la Iniciativa por una Mica Responsable, lanzada en el 2017, identificó la necesidad de un enfoque holístico que mejorara las condiciones sociales y económicas subyacentes de las personas que trabajan en la cadena de suministro de mica de la India. En la estrategia se reconocían tres esferas en las que era necesario trabajar para mejorar las condiciones generales.

Meta 1 - Normas responsables en el lugar de trabajo:

Permitir que el 100% de los participantes en la cadena de suministro de mica en Bihar y Jharkhand cumplan con el empleo en el lugar de trabajo reconocido mundialmente. Salud y seguridad en el trabajo, y normas ambientales que incluyan la prohibición del uso de trabajo infantil.

En los años 2018 y 2019, Oriflame junto con todas las otras compañías miembros de la RMI participaron en un proyecto de mapeo de la cadena de suministro, mapeando toda nuestra cadena de suministro de mica interna. Al final del estudio, se invitó a los procesadores involucrados en la cadena de suministro a probar o adoptar los estándares del lugar de trabajo - tres plantas procesadoras se ofrecieron como voluntarias e implementaron la norma.

Se supervisarán continuamente las normas comparándolas con los datos iniciales recopilados en las encuestas. Se requerirá a los miembros de la RMI que todos los procesadores de mica en sus cadenas de suministro implementen las normas a lo largo del tiempo.

Meta 2 - Empoderamiento de la comunidad:

Permitir que el 100% de las comunidades en las áreas de recolección de mica en Bihar y Jharkhand tengan acceso a programas de empoderamiento inclusivos que proporcionen mejores niveles de vida, incluyendo fuentes adicionales de ingresos.

En el 2018, la RMI lanzó un programa de tres años para desarrollar una solución innovadora y escalable que abordará la situación, mejorando el bienestar tanto de los niños como de los adultos de las comunidades y permitiendo una industria de mica sostenible. El programa prevé un mayor acceso a una educación de calidad, mejores condiciones económicas y un mejor acceso a los servicios de salud.

Meta 3 - Marco jurídico:

Permitir que el 100% de los recolectores de mica, los propietarios y los operadores de las empresas que participan en el sector de la mica en Bihar y Jharkhand operen bajo un marco jurídico y sistemas de control asociados claros.

La RMI participa en un programa de compromiso con los principales interesados del gobierno, el sector privado y las organizaciones de la sociedad civil que conocen las condiciones actuales que afectan a la industria de la mica y que podrían recomendar y aplicar los cambios necesarios para crear una industria sostenible de la mica en Jharkhand y Bihar.

Para saber más sobre los pasos que la Iniciativa por una Mica Responsable está tomando, por favor, visita su página web - www.responsible-mica-initiative.com

Metas y compromisos



Experiencia de los empleados

Compromiso	Límite	Avances	Comentarios
1. Garantizar la igualdad de oportunidades para todas las mujeres y los hombres, haciendo que el género minoritario represente no menos de 40% en los principales órganos rectores y equipos de gestión.	Año con año	Logrado	En el 2019, las mujeres representaban 43% del equipo de gestión mundial. A finales del 2019, tres mujeres y siete hombres conformaron la Dirección del Grupo y cinco hombre y tres mujeres conformaron la Junta Directiva de Oriflame.
2. Crear excelentes lugares de trabajo al haber implementado un NPS de Empleados Global para la mayoría de nuestros mercados para el 2020, con el propósito de medir la lealtad y satisfacción de nuestros empleados.	2020	Según lo previsto	En el 2019 comenzamos a implementar el eNPS a escala global y hasta ahora hemos recibido los resultados de la encuesta de 43 mercados de todo el mundo. Para el 2020, implementaremos el eNPS para todos los mercados de Oriflame.
3. Para el 2020, haber implementado un Índice Global de Experiencia del Empleado para la mayoría de nuestros mercados, con el propósito de medir nuestro ambiente físico de trabajo, nuestra cultura inclusiva y la tecnología fácil de usar.	2020	Según lo previsto	En el 2019 comenzamos a implementar el eNPS a escala global y hasta ahora hemos recibido los resultados de la encuesta de 43 mercados en todo el mundo. Para el 2020, implementaremos el eNPS para todos los mercados de Oriflame. El Índice de Experiencia Global del Empleado es parte del eNPS.



Derechos humanos

Compromiso	Límite	Avances	Comentarios
4. Llevar a cabo una evaluación de riesgo de los derechos humanos para todos los nuevos mercados como parte de nuestro proceso de diligencia debida.	Año con año	Logrado	En 2019, entramos en Uzbekistán y por lo tanto, junto con un socio, realizamos una evaluación de riesgo de derechos humanos del nuevo mercado. Los resultados de la evaluación se están desarrollando en un plan de acción para mitigar dichos riesgos.
5. Oriflame se compromete a terminar la relación comercial existente con cualquier proveedor o a interrumpir el proceso de aprobación de un nuevo proveedor, en caso de que ocurran violaciones sistemáticas de los derechos humanos o de casos sistemáticos de corrupción y/o soborno.	Año con año	Según lo previsto	En el 2019, no se terminó ninguna relación.



Seguridad del consumidor

Compromiso	Límite	Avances	Comentarios
6. Todos nuestros productos cosméticos y de Wellness se someten a una evaluación continua después de su lanzamiento, desde la supervisión continua de los ingredientes hasta la recepción y el análisis de las opiniones de los consumidores, lo que garantiza que mejoramos continuamente la seguridad de nuestros productos para nuestros consumidores.	Año con año	Según lo previsto	En el 2019 no hubo desviaciones en torno a esta declaración. En el 2020, iniciamos un proyecto para fortalecer aún más el proceso de retroalimentación de los consumidores.

Compromiso	Límite	Avances	Comentarios
7. Oriflame se compromete a evitar el uso de ingredientes CMR en nuestros productos. Lo hacemos mediante el seguimiento continuo de los últimos datos científicos sobre nuestros ingredientes y la adopción de medidas tempranas sobre cualquier ingrediente que pueda caer en esta clase.	Año con año	Según lo previsto	En el 2019, continuamos con el monitoreo y estamos tomando acciones proactivas para eliminar un ingrediente de nuestra gama que pudiera ser clasificado como CMR en el futuro.
8. Oriflame se compromete a monitorear los desarrollos en los interruptores endocrinos y a asegurar que no permitimos su uso o los eliminamos de nuestros productos si los datos científicos confirman el efecto de disrupción endocrina de un ingrediente.	Año con año	Según lo previsto	Continuamos monitoreando los desarrollos en los interruptores endocrinos. En el 2019, no hubo desviaciones de esta declaración.
9. Oriflame se compromete a tomar medidas adicionales para asegurar la seguridad de los niños que usan nuestros productos. Por esta razón, nos aseguramos de que toda fragancia usada en los productos para niños esté libre de cualquiera de los alérgenos de fragancias conocidos.	Año con año	Según lo previsto	En el 2019, no hubo desviaciones de esta declaración. Para el 2020, lanzaremos una gama sin fragancias para bebés.
10. Oriflame se compromete a utilizar únicamente nanomateriales que hayan sido evaluados por el organismo científico independiente que asesora a la Comisión Europea y que hayan demostrado ser seguros.	Año con año	Según lo previsto	No hemos permitido el uso de ningún nanomaterial nuevo en el desarrollo de productos desde el 2018.

Compromiso	Límite	Avances	Comentarios
11. Oriflame se compromete a utilizar únicamente materias primas de la más alta calidad. De esta manera nos aseguramos de minimizar la presencia de cualquier ingrediente añadido involuntariamente. Todas nuestras materias primas se someten a una rigurosa evaluación por parte de numerosos expertos en varias etapas del proceso de desarrollo del producto para asegurarnos de que todos los materiales cumplan con nuestros altísimos estándares.	Año con año	Según lo previsto	En el 2019, no hubo desviaciones de esta declaración. En el 2020, iniciamos un programa de trabajo para reforzar aún más nuestros controles y evaluaciones de las materias primas para dar una confianza aún mayor de que estas cumplen los estándares de calidad de Oriflame.



Productos socialmente responsables

Compromiso	Límite	Avances	Comentarios
12. Desarrollar nuevos productos y aumentar las ventas de los ya existentes con un propósito social*.	Año con año	Según lo previsto	Estamos trabajando en el desarrollo de nuevos productos con un propósito social. *El propósito social es cuando el producto y su comunicación circundante tiene como objetivo beneficiar al consumidor en lo que respecta a su bienestar físico o mental.



Comunicación y participación

Queremos un diálogo abierto y transparente con todos nuestros accionistas; empleados, Socios, proveedores, inversores y otros actores de la sociedad.

También reconocemos el potencial que tienen la participación y comunicación exitosas con nuestros Socios y consumidores para lograr nuestras ambiciones de sostenibilidad. Nuestro negocio llega a más de 10 millones de personas en más de 60 países cada mes. Si podemos mostrar el valor de los comportamientos de sostenibilidad a estos Socios, ellos ayudarán a difundir estos comportamientos a muchos millones más.

Comunicar la sostenibilidad

Queremos inspirar a los Socios de Oriflame y a nuestros consumidores a tomar medidas y hacer su propia contribución para un mundo mejor y más sostenible. En el 2019, continuamos construyendo la comunicación Beautiful Change que lanzamos por primera vez en el 2017, la cual comunicaba las iniciativas de sostenibilidad de Oriflame y

sus logros de una forma emocional y atractiva, con el objetivo de inspirar a los Socios y a los consumidores a tomar decisiones de estilo de vida más sostenibles.

A lo largo del 2019, integramos mensajes adicionales de sostenibilidad en una serie de activaciones de la marca, ya que Beauty by Sweden no es tanto cómo te ves, sino cómo vives, sientes y actúas. Esto también alentó a nuestras regiones a hacer de la sostenibilidad una parte integral de nuestra comunicación de marca.

A nivel mundial, desarrollamos una serie de materiales para Socios sobre sostenibilidad, incluyendo un folleto de sostenibilidad y una presentación en directo que resume nuestros logros de una manera accesible e inspiradora. Celebramos un evento de foro de marca para nuestras oficinas regionales, con un fuerte enfoque en la sostenibilidad.

En el 2020, lanzaremos una nueva campaña de sostenibilidad que tiene como objetivo proporcionar una comprensión integral de todas nuestras iniciativas sostenibles, tanto a nivel de producto como de empresa. También alentará a los Socios a realizar un cambio hacia una vida más sostenible.

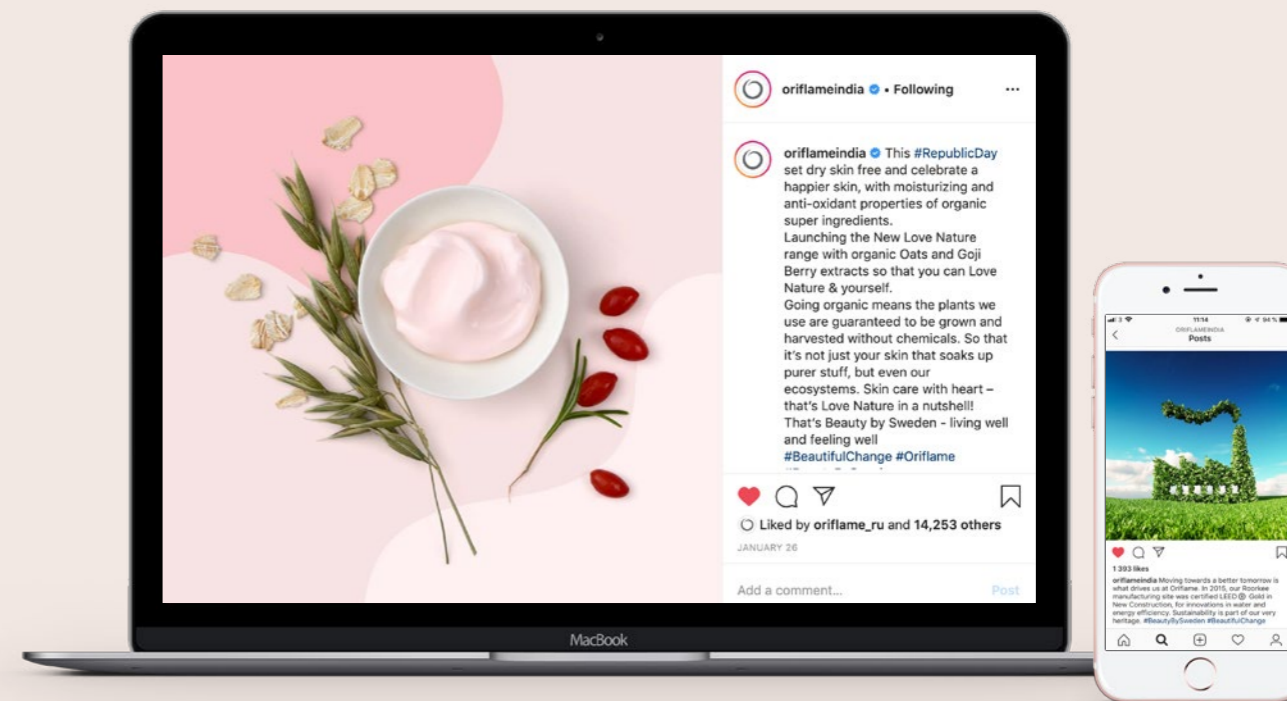


CASO PRÁCTICO

Exitosa campaña de redes sociales en la India

El equipo regional de la India aplicó mensajes de sostenibilidad en la activación de su marca. Realizaron una exitosa campaña en redes sociales sobre las iniciativas de sostenibilidad de Oriflame, con un alcance mensual de más de 150,000 visitas a las publicaciones de productos que incluían un mensaje de sostenibilidad. Ahora se ha adoptado un enfoque similar también en otras regiones.

Cada mes nuestras reuniones de COS (Catálogo de Oportunidades y Éxito) en la India anuncian nuevos productos, ofertas y reconocimientos para nuestros Socios. Durante el 2019, estas reuniones proporcionaron un excelente foro para comunicar nuestras iniciativas de sostenibilidad y aumentar la conciencia sobre cómo vivir de manera más sostenible. Los regalos sostenibles como bolsas de algodón y bolsas de papel de fuentes certificadas con credibilidad se han convertido en la norma de todas nuestras conferencias para Socios.



Iniciativas regionales de sostenibilidad



Durante el 2019, creamos embajadores de comercialización de la sostenibilidad en las regiones para fortalecer nuestro trabajo sobre la sostenibilidad a nivel mundial. Además de apoyarnos en la implementación de iniciativas globales a nivel regional, también impulsan sus propios proyectos de sostenibilidad y comunican los valores de Oriflame.

Menos papel - Indonesia

En Indonesia, pasamos de una versión impresa de las listas de precios para nuestros Socios a una versión digital, y también limitamos la producción general de la impresión. Esta iniciativa significa que evitaremos imprimir más de 1,700,000 hojas de papel.

Menos plástico - India

Durante el año, apoyamos al gobierno de la India en sus esfuerzos por impulsar el reciclaje y la reducción de los residuos a la economía de los vertederos. Reemplazamos algunos de nuestros empaques secundarios de plástico, que se utilizan para entregar productos de forma segura cuando los clientes hacen pedidos en línea, por cartones reciclables y papel burbuja. Esta iniciativa redujo nuestros empaques de plástico secundarios en la India en 1 millón de unidades en el 2019. Además, a partir del 2020, el 100% del plástico equivalente a las ventas de nuestros productos en la India se enviará para su reciclaje y co-procesamiento a través de nuestro socio local de gestión de residuos en cumplimiento de las normas de gestión de residuos de plástico.

Disminución de residuos - América Latina

En el 2019, nuestros almacenes en América Latina implementaron una serie de mejoras en el empaque, incluyendo la introducción de bolsas compostables en lugar de bolsas de plástico para los pedidos de productos. Además, los pedidos más pequeños se entregaron en sobres más ligeros en lugar de en cajas. Estos cambios dieron como resultado un ahorro en los costos de distribución y la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero, así como la reducción de los desechos de los consumidores.

Asociación con una sede de verano - Eslovaquia

Decidimos apoyar y asociarnos con Magio Beach en Eslovaquia, una sede de verano en el centro de Bratislava con 300,000 visitantes por temporada. El tema de este verano era convertirse en una zona sin desechos y ecológica, centrándose en soluciones sostenibles, por ejemplo, evitando los vasos de plástico de un solo uso y los popotes de plástico. Oriflame instaló un coche de belleza durante el evento, proporcionando información de productos de sostenibilidad con un enfoque en nuestra gama Love Nature.

Evento de "plogging" en el Día de la Tierra - Bosnia y Herzegovina

El "plogging" se originó en Suecia como una actividad popular que implica trotar y recoger basura mientras se corre. Junto con la Embajada de Suecia en Sarajevo, organizamos un evento de plogging para empleados y Socios en el Día de la Tierra para aumentar la conciencia ambiental. Todos los participantes recibieron los lápices ecológicos que desarrollamos en cooperación con Sprouth. Cuando el lápiz se acaba, se puede plantar al revés y crecerá hasta convertirse en una planta.

Iniciativa del Año Verde - Europa Central

Este proyecto anual para los empleados de Polonia se dividió en tres partes: cuidar del medio ambiente, cuidarse a sí mismo y cuidar a los demás. Cada mes, se organizaron diferentes actividades en la oficina de Varsovia y se desarrolló un boletín informativo. Algunas de las actividades organizadas durante el año incluyen la reparación gratuita de bicicletas, la recolección de tapas de plástico y baterías, la recolección de libros y la venta de ropa. Los empleados apreciaron mucho esta iniciativa. Algunas actividades iniciadas durante el año continuarán en el 2020.

Fundación Oriflame

Nuestro papel como aspirantes a ser una empresa socialmente sostenible nos permite crear un sinfín de cambios positivos en toda nuestra cadena de valor. Sin embargo, queremos llegar más lejos que nuestra propia red inmediata. Por eso tenemos la Fundación Oriflame - es nuestra forma de crear valor a largo plazo para las personas con las que no nos conectamos a través de nuestro negocio, especialmente para aquellos niños y mujeres jóvenes que son más vulnerables en la sociedad.

Nuestro objetivo es ayudar a educar a los niños duplicando la cantidad de dinero donado a la Fundación Oriflame para el 2022. Durante el año 2019, la cantidad total de dinero recaudado por la Fundación Oriflame fue de 1.3 millones de euros. Desde 2009, la suma total recaudada asciende a más de 11 millones de euros.

¿Por qué creamos la Fundación Oriflame?

Oriflame siempre ha apoyado causas benéficas, pero hace unos años decidimos que tendríamos un mayor impacto positivo en todas las regiones al combinar todos nuestros esfuerzos bajo un solo paraguas: la Fundación Oriflame, constituida como una fundación independiente.

La Fundación nos permite hacer compromisos y asociaciones de caridad a largo plazo, y medir la cantidad, la calidad y el impacto general de nuestra inversión. También refuerza nuestra reputación como una compañía socialmente responsable y atrae a más empleados y Socios talentosos y de valor.

¿Cómo funciona la Fundación?

Desde el principio, Oriflame se ha esforzado por apoyar a las ONG y organizaciones benéficas en todo el mundo. Estas incluyen la Fundación Mundial de la Infancia, fundada por S.M. la Reina Silvia de Suecia y cofundada por Oriflame y la Fundación Af Jochnick. La Fundación Oriflame también proporciona subvenciones a proyectos que han sido seleccionados o iniciados por equipos del mercado local, y/ o hace donaciones a proyectos para los cuales los Socios están recaudando fondos.

Fondos recaudados a través de las ventas

También desarrollamos y vendemos accesorios y productos de belleza con fines de recaudación de fondos. Algunos mercados también ofrecen a los clientes la oportunidad de hacer una donación extra a organizaciones benéficas específicas al final de su pedido en línea. También se alienta a los mercados a recaudar fondos adicionales mediante actividades divertidas, creativas e innovadoras, por ejemplo, a través de galas, paseos patrocinados y rifas.

Voluntariado por parte de los empleados

Hay muchas otras formas en que la gente de nuestro negocio puede contribuir al trabajo de la Fundación. Por ejemplo, se alienta activamente a los empleados a participar en sus proyectos locales y en actividades de recaudación de fondos, o pueden apoyar a las organizaciones benéficas locales ofreciendo su tiempo como voluntarios. Todos los empleados de Oriflame tienen el beneficio de un día libre remunerado para hacer trabajo voluntario y apoyar a la organización benéfica de su elección.



Participación de las partes interesadas

El éxito de nuestro negocio lo crean las personas, desde nuestros empleados, Socios, clientes y proveedores, hasta nuestros propietarios y el público en general. Todos ellos son nuestras partes interesadas, y esperan con justa razón que nosotros, una compañía global, persigamos el más alto nivel de responsabilidad social y ambiental.

Estamos decididos a ser líderes cuando se trata de cumplir estas expectativas. Para ello, mantenemos un nivel razonable de diálogo con nuestros grupos de interés para que podamos comprender mejor e incorporar sus expectativas. Involucramos a nuestros grupos de interés a través de una serie de métodos, incluyendo reuniones de Socios, cuestionarios para consumidores y encuestas a empleados.

Además, consultamos a las organizaciones no gubernamentales (ONG) para debatir los retos de la sostenibilidad y recibir información sobre nuestros esfuerzos. Esto es una parte vital de cómo nos mantenemos responsables y continuamos mejorando nuestro desempeño.

Cooperaciones y membresías de asociaciones u organizaciones de defensa

A continuación se muestra una selección de organizaciones de las cuales Oriflame es miembro o con las que trabaja estrechamente:

- Cosmetics Europe
- Federación Mundial de Asociaciones de Venta Directa (WFDSA)
- Seldia, la Asociación Europea de Venta Directa
- Mesa Redonda sobre el Aceite de Palma Sostenible (RSPO)
- Iniciativa por una Mica Responsable (RMI)
- Red sueca de empresas y derechos humanos
- We Mean Business Coalition
- Red sueca de presentación de informes sobre sostenibilidad
- Rainforest Alliance
- CDP

	Forma de comprometernos con la sostenibilidad	Cuestiones clave planteadas
Empleados	<ul style="list-style-type: none"> • NPS de los empleados - encuesta trimestral que recopila información y comentarios sobre elementos importantes de la satisfacción y las experiencias de los empleados • CEO Connect - transmisión anual en vivo donde los empleados hacen preguntas al Director General durante y antes del evento. • Capacitaciones continuas y retroalimentación, por ejemplo, el seminario Oriflame Way • Diálogo e intercambio a través de la intranet de Oriflame y las redes sociales internas 	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión del desempeño • Reconocimiento y recompensas • Desarrollo personal y oportunidades profesionales • Empoderamiento - liderazgo, cultura corporativa • Diversidad e inclusión • Caridad • Embalaje sostenible
Socios	<ul style="list-style-type: none"> • NPS de los Socios - retroalimentación permanente de los Socios sobre las experiencias y posibles mejoras • Reuniones de negocios, capacitaciones, conferencias y eventos • Estudio de sostenibilidad - a través de un panel web que recopila información sobre lo que nuestros Socios priorizan más con respecto a la sostenibilidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de empleos/contrataciones y beneficios • Caridad • Abastecimiento sostenible • Ingredientes y seguridad del producto • Envase sostenible • Pruebas en animales
Inversores*	<ul style="list-style-type: none"> • Reuniones/llamadas con los inversores • Conferencias telefónicas para la comunidad financiera en relación con los informes trimestrales • Asistencia a seminarios para la comunidad financiera • Reuniones de asuntos corporativos, incluidas las reuniones de la Asociación de Venta Directa (DSA) • Roadshows (reuniones con inversores) anuales • Responder a las continuas preguntas de los inversores y a las solicitudes de información de datos 	<ul style="list-style-type: none"> • Abastecimiento sostenible • Impacto climático • Cadena de suministro • I+D e ingredientes del producto • Relaciones con los clientes • Diversidad
Consumidores	<ul style="list-style-type: none"> • Investigación sobre el consumidor, centrada principalmente en los productos • Encuestas a consumidores, a veces incluyendo a los Socios Oriflame en su papel de consumidores • Índice de Imagen de Marca Oriflame, OBII (Anual) 	<ul style="list-style-type: none"> • Ingredientes y seguridad del producto • Participación del cliente • Abastecimiento sostenible • Pruebas en animales
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> • Reuniones regulares/visitas al lugar con los equipos de Oriflame en relación con compras, empaques, etc. • Auditorías regulares de sostenibilidad in situ • Encuesta de autoevaluación a proveedores 	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de productos sostenibles • Cadena de suministro
ONG	<ul style="list-style-type: none"> • Reuniones individuales en las que se discute tanto la estrategia general como temas más específicos • Discusiones en eventos de la industria 	<ul style="list-style-type: none"> • Cadena de suministro • Transparencia y comunicación • Ingredientes y seguridad del producto • Empoderamiento de la mujer • Abastecimiento sostenible
Sociedad	<ul style="list-style-type: none"> • Participación en las iniciativas de la industria y los organismos de normalización • Participación de la comunidad, incluidas las iniciativas de la Fundación Oriflame • Participación en conferencias y eventos 	<ul style="list-style-type: none"> • Abastecimiento sostenible • Derechos humanos • Ética y fraude • Caridad

*El 17 de julio de 2019, Oriflame AG se eliminó de la lista del Nasdaq Estocolmo. En este informe los inversores se denominan titulares de bonos.



Enfoque gerencial

En esta sección del informe, reunimos información sobre algunos de los fundamentos del trabajo y la presentación de informes sobre la sostenibilidad. Esto incluye información sobre nuestra organización y nuestro enfoque de la materialidad, junto con otros detalles sobre este informe.

Además, divulgamos nuestro trabajo de sostenibilidad en relación con los Objetivos de Desarrollo de la Sostenibilidad (SDG) y explicamos los riesgos de sostenibilidad a los que nos enfrentamos en nuestro negocio.

Organizarse para mejorar

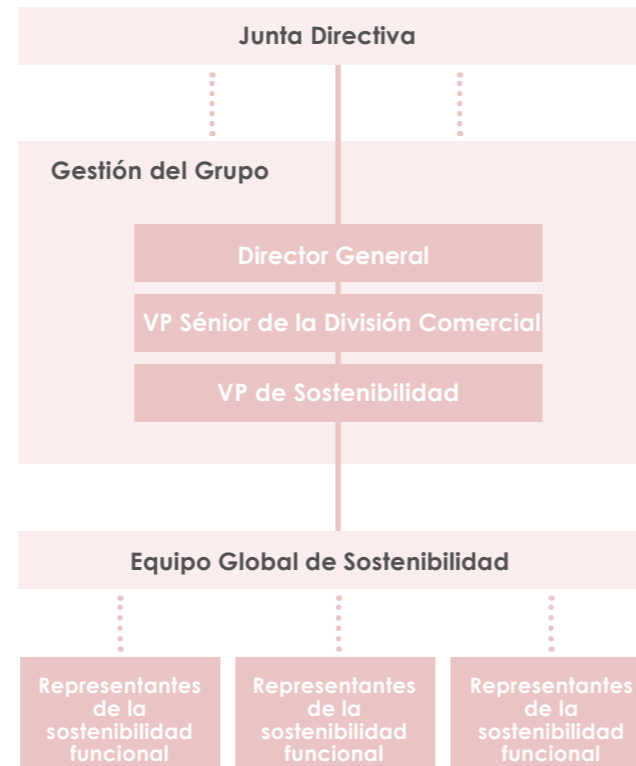
Para asegurarnos de que nuestra estrategia de sostenibilidad tenga éxito, necesitamos darle el mismo tipo de atención, respeto y nivel de organización que nuestras otras estrategias comerciales. Es por eso que nuestro Director General y la Junta Directiva supervisan nuestra estrategia de sostenibilidad.

Un equipo de sostenibilidad global es responsable de desarrollar objetivos internacionales y apoyar a la organización identificando las responsabilidades clave, ayudando a establecer objetivos y metas, así como monitoreando e informando el progreso externamente. El Vicepresidente de Sostenibilidad forma parte de la Dirección del Grupo, con temas de sostenibilidad programados en varias de las principales reuniones de la Dirección del Grupo durante el año para informar y discutir asuntos materiales relevantes.

Sin embargo, debido a la naturaleza colaborativa de nuestro negocio y a las personas emprendedoras que empleamos, hemos estructurado nuestra estrategia de sostenibilidad de manera que la responsabilidad de cumplir sus compromisos se extienda a lo largo de toda la cadena de valor de nuestro negocio.

Tomamos varias medidas para asegurarnos de que esta responsabilidad se sienta y actúe en consecuencia:

- Estamos integrando los objetivos de sostenibilidad en las metas de desempeño de los Altos Ejecutivos clave y niveles inferiores, cuando proceda.
- Proporcionamos capacitación continua en áreas específicas de sostenibilidad a quienes la requieren.
- Comunicamos los temas de sostenibilidad a nuestros empleados a través de reuniones, conferencias, capacitaciones y la intranet. También tenemos módulos de aprendizaje a distancia disponibles para todos los empleados, los cuales proporcionan una introducción a la sostenibilidad y lo que significa para nuestro negocio.



- Estamos trabajando en más formas de involucrar a nuestros empleados y Socios en temas de sostenibilidad, por ejemplo a través de campañas de activación de la marca.

Materialidad

Nuestra evaluación inicial exhaustiva sobre la materialidad se llevó a cabo en el 2014 para obtener una visión más clara de las cuestiones más pertinentes de nuestro negocio. La materialidad se refiere a las cuestiones que reflejan los impactos económicos, ambientales y sociales importantes de una organización, e influye sustancialmente en la evaluación y las decisiones de las partes interesadas. Además de realizar un análisis profundo, estamos continuamente supervisando y evaluando las áreas relevantes para asegurarnos de que nos centramos en los temas correctos.

Comprender nuestro impacto

En el primer paso de nuestra evaluación de la materialidad utilizamos todos los conocimientos e investigaciones existentes sobre nuestros factores de impacto directo e indirecto para crear una lista de aspectos materiales. El siguiente paso fue una revisión amplia de los medios de comunicación, las asociaciones de la industria y los compañeros para identificar qué temas sociales, ambientales y económicos plantearon nuestras partes interesadas. A continuación, pedimos a nuestros grupos de interesados más importantes que nos ayudaran a priorizar lo que ellos consideraban los aspectos más relevantes. Esto incluyó hablar con los empleados, clientes, inversores y organizaciones sociales como las ONG de Oriflame.

El resultado fue una lista de aspectos priorizados, que luego combinamos con nuestra estrategia de sostenibilidad y otros indicadores de la Global Reporting Initiative (GRI, Iniciativa mundial de presentación de informes). Utilizamos esto para informar y reevaluar nuestra lista original de los mayores impactos y los temas relevantes de Oriflame. Este enfoque aseguró que la lista final no omitiera ningún tema, como por ejemplo, la amplia gama de cuestiones ambientales que son tan importantes para nuestra estrategia comercial. También nos permitió priorizar la lista como correspondía.

En el 2018, hicimos la transición de la GRI G4 a las normas de la GRI. En combinación con nuestra estrategia de sostenibilidad actualizada, volvimos a evaluar el análisis de materialidad para ayudarnos a comprender plenamente nuestro impacto empresarial, mejorar nuestro conocimiento sobre lo que las partes interesadas directas consideran importante y desarrollar nuestras prioridades y procesos.

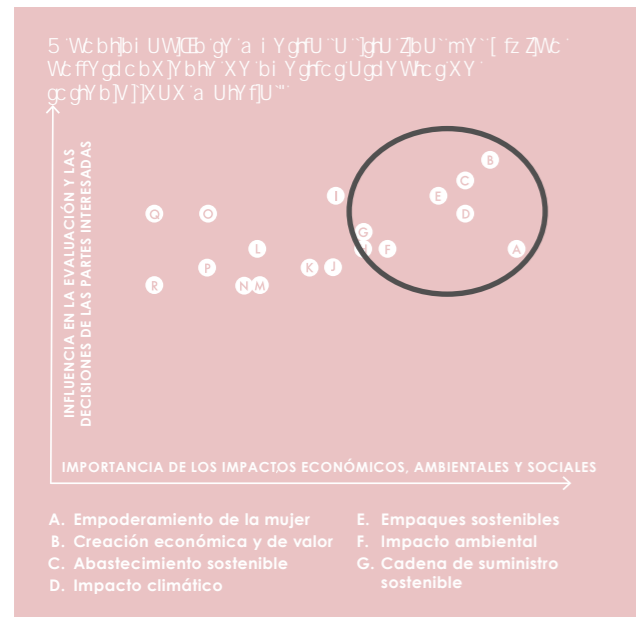
A continuación se muestra la lista final y el gráfico correspondiente de nuestros aspectos de sostenibilidad material.



- | | |
|------------------------------------|------------------------------------|
| A. Empoderamiento de la mujer | K. Acceso al empleo |
| B. Creación económica y de valor | L. Gestión del talento |
| C. Abastecimiento sostenible | M. Filantropía corporativa |
| D. Impacto climático | N. Ética y fraude |
| E. Embalajes sostenibles | O. Seguridad del producto |
| F. Impacto ambiental | P. Salud y seguridad |
| G. Cadena de suministro sostenible | Q. Participación del cliente/Socio |
| H. Vida de producto sostenible | R. Bienestar de los animales |
| I. Ingredientes del producto | |
| J. Derechos humanos | |

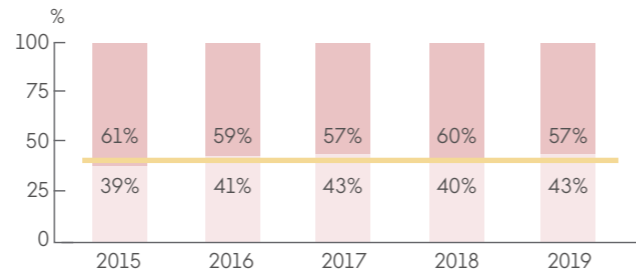
Principales indicadores clave de sostenibilidad material

8i fUbhY' j Ufjcg' U'cg' \Ya' cg' a YX]Xc' nž' Yb' U' i bcg' WUgcgž' YgUV YW]Xc' cV Yhj' cgYb' bi YgfcgUgdYWtcgXY' g:gh' b]]XUX' a z ga UHfU' YgU' c' Uf[c' XY' bi YghU' WUXYbU' XY' j' U'cf''

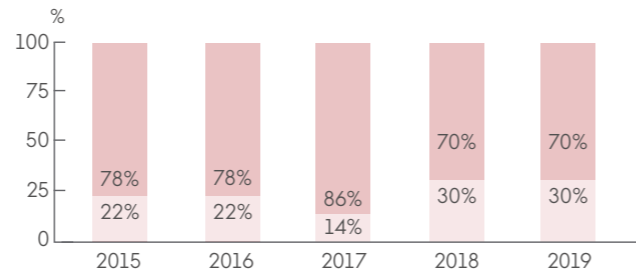


A Empoderamiento de la mujer

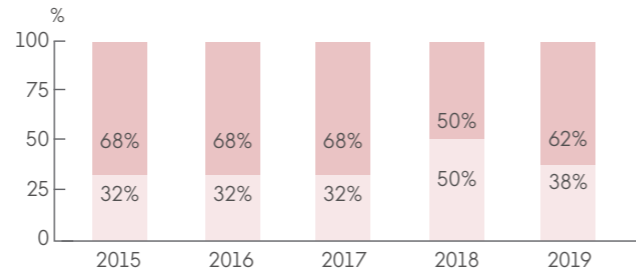
Diversidad en el Equipo de Gestión



Diversidad en la Gestión del Grupo



Diversidad en la Junta



■ Hombres ■ Mujeres — Meta 40% mujeres

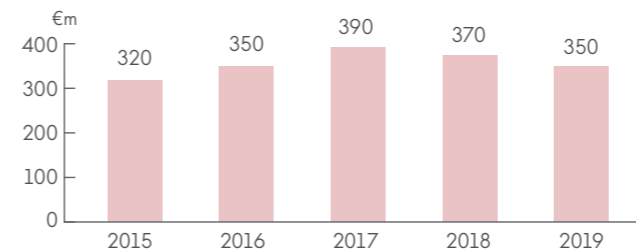
Hoy en día, tres millones de personas en más de 60 países de todo el mundo – principalmente mujeres – eligen la oportunidad de negocio y los productos de belleza de Oriflame.

Análisis y conclusión: Oriflame cree que una mezcla de géneros, nacionalidades y culturas actuando en igualdad de condiciones conduce a mejores decisiones, ideas y productos. Para el 2020, el objetivo es asegurar que el género minoritario represente no menos de 40% en el equipo de gestión global. Este objetivo se alcanzó en 2019, con 43% de mujeres y 57% de hombres en el equipo de gestión.

El empoderamiento femenino impulsa a muchos de nuestros empleados. En el 2019, Oriflame tenía más de tres millones de Consultoras de Belleza, principalmente mujeres en países en desarrollo. Los ingresos adicionales que obtienen con Oriflame tienen el potencial de hacer una gran diferencia en sus vidas.

B Creación económica y de valor

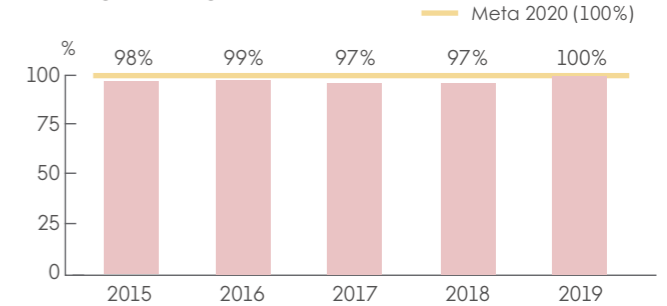
Suma total pagada anualmente a los Socios y Líderes



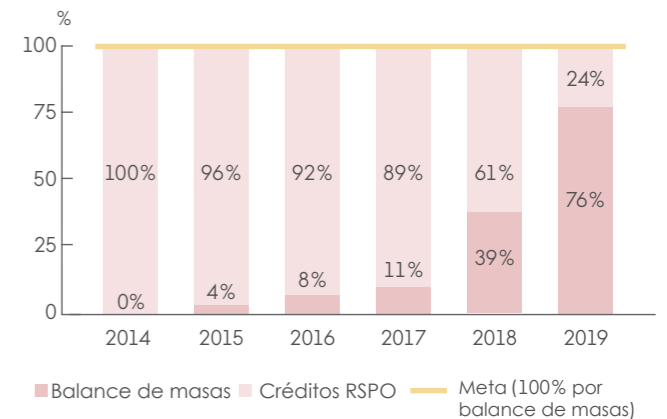
Análisis y conclusión: la reducción de la remuneración de nuestros Socios y Líderes se debió principalmente al cambio de la combinación geográfica, así como a la disminución de los costos de reconocimiento del plan en Asia y Turquía debido a la reducción de las ventas.

C Abastecimiento sostenible

Catálogos de origen creíble



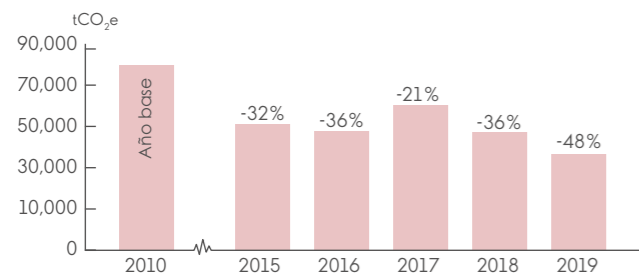
Aceite de palma sosteniblemente certificado



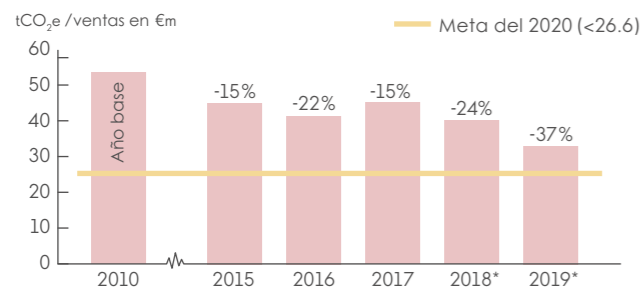
Análisis y conclusión: durante el 2019, alcanzamos nuestra meta de 100% de papel de catálogo de fuentes certificadas con credibilidad, con un año de anticipación. En cuanto al aceite de palma, intensificamos nuestra ambición y pasamos de 39% a 76% de aceite de palma certificado por balance de masa en 2019. Para el 2020, nos proponemos alcanzar 100% de aceite de palma certificado por balance de masa.

D Impacto climático

Emisiones de GEI absolutas a lo largo del tiempo



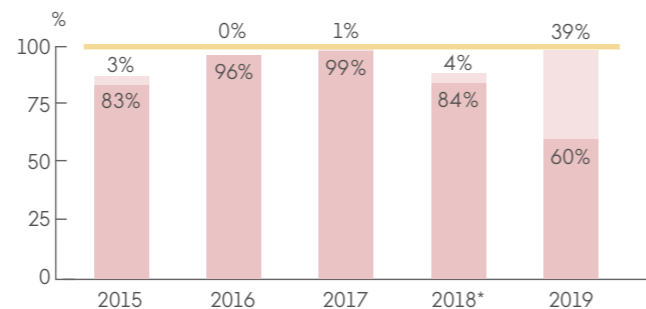
Emisiones de GEI relativas a lo largo del tiempo



Análisis y conclusión: en el 2010, comenzamos nuestro cálculo anual de las emisiones operacionales de gases de efecto invernadero. Desde entonces, se han puesto en marcha varias iniciativas para reducir nuestras emisiones de iniciales. En el 2019, intensificamos nuestras ambiciones climáticas, y más allá de cuantificar y reducir nuestras emisiones absolutas de gases de efecto invernadero en 48% desde el 2010, compensamos climáticamente la parte restante. Nuestro objetivo para el 2020 es reducir las emisiones en relación con las ventas en 50% (a partir de la referencia de 2010). Debido a la reducción de las ventas, hemos logrado una disminución de las emisiones relativas en 37% en el 2019.

E Empaques sostenibles

Empaque de productos de fuentes con certificación FSC™ y materiales reciclados



■ Fuentes con certificación FSC™ ■ Materiales reciclados — Meta (100%)

Análisis y conclusión: en el 2019, 60% de nuestros empaques de papel y folletos eran de fuentes con certificación FSC™. El 39% provenía de materiales reciclados, y el 1% restante de fuentes no certificadas. La razón de la reducción de materiales de fuentes con certificación FSC™ en el 2019 se debe a un aumento del número de proveedores evaluados, y que algunos de los nuevos proveedores utilizan una gran cantidad de materiales reciclados.

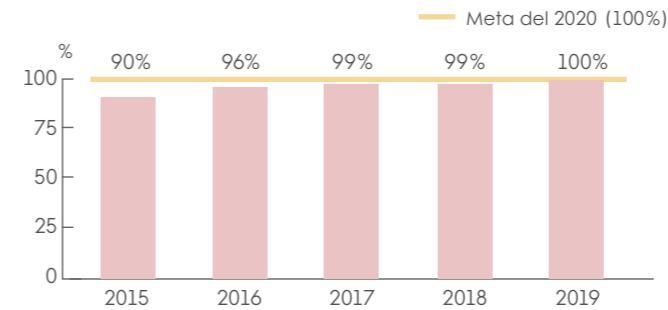
Además, actualmente acabamos de medir el abastecimiento sostenible de nuestros empaques de papel. Nos proponemos desarrollar medidas más completas para alcanzar nuestros objetivos en cuanto a peso ligero, materiales reciclados y empaques reciclables, por mencionar algunos.

En el 2019, se utilizaron un total de 188 toneladas de plástico PCR en nuestros productos, en sustitución del plástico virgen. Esto es un aumento de 120 toneladas en el 2018. Actualmente tenemos alrededor de 11% de material PCR en nuestros envases de cosméticos de PE y PET.

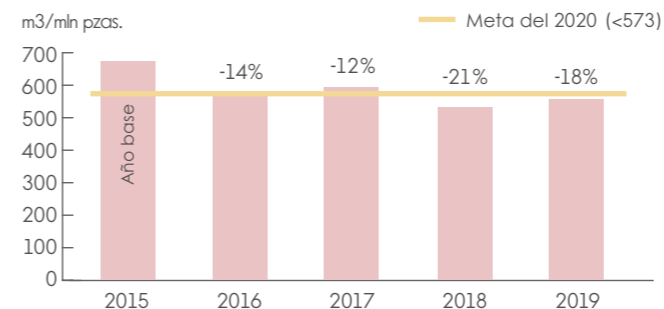
*Los datos del 2018 se volvieron a evaluar y actualizaron de 79% a 84%.

F Impacto ambiental

No enviar residuos al vertedero*



Uso del agua en la fabricación*



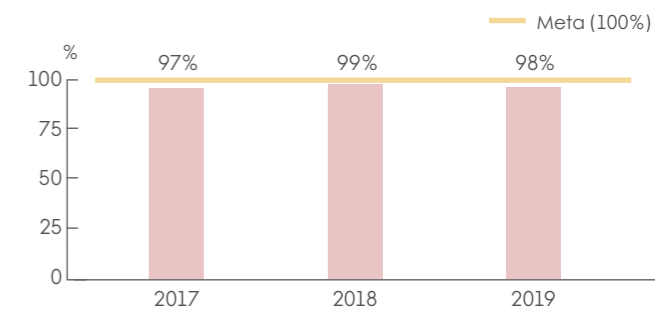
Análisis y conclusión: en el 2019, alcanzamos nuestro objetivo del 2020 de cero residuos en los vertederos de nuestras propias fábricas, un año antes. El 100% de nuestros residuos de fabricación evitó el vertedero, y la gran mayoría se destinó al reciclaje.

En el 2019, tuvimos una reducción de 18% en el uso de agua por unidad producida en nuestras propias plantas de fabricación desde el 2015.

*Nuestra fábrica de Wellness en China no se incluyó en la meta debido a los bajos volúmenes de producción en ese momento.

G Cadena de suministro sostenible

Cobertura de la herramienta de evaluación de proveedores para los proveedores de productos terminados



Análisis y conclusión: la cobertura de nuestra Herramienta de Evaluación de Proveedores sigue siendo alta entre nuestros proveedores de productos terminados, lo cual se encuentra de conformidad con nuestra estrategia de tener una cobertura de 100% y pedir constantemente puntuaciones actualizadas para impulsar mejoras.



Apoyo a las metas de desarrollo sostenible

En el 2015, todos los estados miembros de las Naciones Unidas adoptaron la Agenda para el Desarrollo Sostenible de 2030 y los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (SDG). Los SDG son un llamado universal a la acción para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y asegurar que todas las personas disfruten de paz y prosperidad. Estos objetivos pretenden crear una acción a largo plazo para abordar los problemas más urgentes del mundo durante los próximos 15 años. Tres años después, si bien se ha avanzado mucho para lograr los objetivos de desarrollo sostenible, también hay un déficit importante, en particular en lo que respecta a la acción climática y la reducción de las desigualdades.

Oriflame reconoció la importancia de los SDG desde que fueron concebidos en el 2015. Aunque tenemos la oportunidad de apoyar todos los objetivos establecidos, hemos identificado algunos que son más relevantes para nuestro negocio, en particular a medida que cumplimos con nuestra estrategia de sostenibilidad.

Contribuciones de Oriflame



- Reducir el impacto ambiental trabajando con el agua (págs. 38-41), el aire (págs. 46-53) y los residuos (págs. 54-57).
- Proteger la salud y la seguridad de los empleados (pág. 75).



- Brindar a los Socios, principalmente mujeres, una oportunidad de ingresos adicionales (págs. 26-27), crecimiento y desarrollo (págs. 28 y 29) y las oportunidades de establecer redes (págs. 30 y 31).
- Crear una fuerza de trabajo mundial diversa en todos los niveles de gestión (págs. 72 a 75).



- 6,200 empleados en más de 60 países con 76 nacionalidades.
- Brindar a 3 millones de Socios la oportunidad de obtener un ingreso adicional (págs. 26 y 27).
- Crear una fuerza de trabajo mundial diversa en todos los niveles de gestión (págs. 72 a 75).



- Abastecimiento sostenible de papel y aceite de palma (págs. 42-45)
- Aumento del plástico reciclado post-consumo y de los materiales de empaque renovables (págs. 54-57).
- Seleccionar todas las materias primas con base en la naturalidad, el impacto ambiental y la ética (págs. 58-63).
- Ser innovadores en la evolución de las formulaciones (págs. 58-63).



- Reducir las emisiones de gases de efecto invernadero (págs. 46-53).
- Mejorar la eficiencia energética en las plantas de fabricación (págs. 46-53).
- Electricidad renovable en todos los sitios operados por Oriflame (págs. 46-53).
- Paneles solares instalados en la fábrica de Wellness en la India (págs. 46-53).
- Reducir el consumo de electricidad en las plantas de fabricación (págs. 46-53).
- Invertir en plantas de fabricación sostenibles y certificadas (págs. 46-53).



- Uso de aceite de pescado de poblaciones gestionadas de forma sostenible en nuestra gama de complementos alimenticios de Wellness (pág. 62).
- Reducción del impacto en el agua mediante la implementación de formulaciones biodegradables en los productos de cuidado personal y la eliminación de los microplásticos (págs. 38-41).
- Prestar atención a las materias primas que pueden ser motivo de preocupación para los consumidores (págs. 82-83).



- Obtención de papel y aceite de palma (principales materias primas) de fuentes sostenibles (págs. 42-45).
- Las materias primas de la naturaleza juegan un papel importante en la filosofía de nuestros productos.
- No utilizamos materiales derivados de flora y fauna protegida o en peligro de extinción y fuimos una de las primeras empresas del mundo en utilizar materias primas procedentes directamente de la naturaleza (págs. 58-63).



- Respetar los derechos humanos de los empleados y proveedores (págs. 76 a 81).
- Reducir el impacto ambiental trabajando con el agua (págs. 38-41), el aire (págs. 46-53) y los residuos (págs. 54-57).



Riesgos de la sostenibilidad

La Junta Directiva tiene la responsabilidad general de establecer y supervisar el marco de gestión de los riesgos del Grupo. Los riesgos de sostenibilidad se identifican, evalúan y abordan continuamente dentro del proceso general de evaluación de riesgos de Oriflame.

En octubre del 2018 se estableció un departamento de Aseguramiento Global que consiste en funciones preexistentes de control interno, cumplimiento y protección de datos. El departamento trabaja para asegurar que se preste la atención necesaria a los asuntos de riesgo y cumplimiento dentro de la organización. Se estableció el mapa de riesgos de Oriflame para identificar y analizar los principales riesgos comerciales a los que el Grupo está expuesto y para establecer los planes de acción de mitigación apropiados. Estos riesgos se definen después de una revisión anual de la cadena de valor de la empresa por parte del departamento de Aseguramiento Global.

El Comité de Auditoría (compuesto por miembros de la Junta Directiva) revisa anualmente el mapa de riesgos de Oriflame. Posteriormente, la Junta decide o valida las estrategias de mitigación que son supervisadas por la Dirección del Grupo, de la cual forma parte el Vicepresidente de Sostenibilidad.

Área de riesgo	Descripción	Mitigación
Derechos humanos – proveedores	Oriflame ha implementado algunas medidas para garantizar el respeto de los derechos humanos en sus propias fábricas, almacenes, centros de distribución y oficinas. Sin embargo, sigue habiendo una importante exposición con los proveedores de los mercados emergentes.	<ul style="list-style-type: none"> Evaluaciones del impacto sobre los derechos humanos al entrar en nuevos mercados Proceso de evaluación de proveedores en cinco etapas Código de conducta de los proveedores
Corrupción	Oriflame opera en países donde la corrupción es endémica, por lo que, la empresa debe ser muy clara y congruente con sus medidas anticorrupción.	<ul style="list-style-type: none"> Política de cero tolerancia hacia la corrupción activa o pasiva Código de conducta para los empleados Mecanismo de presentación de informes sobre el cumplimiento Promesa de cumplimiento anual Código de conducta de los proveedores
Entorno – Agua	Oriflame depende del agua a lo largo del ciclo de vida del producto, pero principalmente durante el proceso de fabricación, el uso por parte de los consumidores y la obtención de materias primas. Por lo tanto, la disponibilidad y la calidad del agua es de suma importancia para nosotros. El aumento de la escasez de agua que podría conducir potencialmente a la reducción o interrupción del proceso de fabricación es un riesgo para nosotros.	<ul style="list-style-type: none"> Se realizó un estudio de la huella del agua Mejora de la eficiencia del agua en las plantas de fabricación Desarrollo de productos con fórmulas biodegradables No se usan microplásticos ni glitter de plástico Empaques sostenibles
Entorno – Bosques	Debido a que una parte significativa de nuestro impacto proviene de las materias primas que utilizamos, necesitamos tomar las decisiones correctas sobre cómo, dónde y qué obtenemos para evitar la deforestación.	<ul style="list-style-type: none"> Aumentar nuestra cuota de aceite de palma certificado por balance de masas Créditos de la RSPO adquiridos desde el 2010 Obtener papel de fuentes certificadas o recicladas.
Entorno – Clima	Nuestro negocio tiene un impacto en el clima, tanto directamente a través de nuestras operaciones como indirectamente a través de nuestra cadena de suministro. Hemos identificado los cambios en los patrones climáticos como un riesgo potencial para la disminución o la irregularidad del suministro de materias primas.	<ul style="list-style-type: none"> Se está trabajando en la reducción de nuestras emisiones de GEI desde el 2010 Electricidad renovable en todos los sitios operados por Oriflame Comprometidos a establecer objetivos basados en la ciencia
Salud y seguridad – empleados	En Oriflame, es nuestra responsabilidad asegurarnos de que ningún empleado se exponga a ningún riesgo de salud o seguridad cuando trabaje para nosotros o en nuestro nombre.	<ul style="list-style-type: none"> Política a nivel de grupo Comités de salud y seguridad en las principales plantas Cursos a distancia sobre salud y seguridad para los empleados Auditorías de salud y seguridad
Derechos humanos – empleados	En Oriflame contamos con más de 6.000 empleados en todo el mundo, y algunos de ellos pueden estar expuestos a riesgos de derechos humanos. Sin embargo, muy pocos casos son reportados anualmente, por lo que tenemos razones para creer que los valores que tenemos en nuestra cultura trabajan a nuestro favor y nuestros empleados pueden diferenciar lo que está bien de lo que está mal.	<ul style="list-style-type: none"> Código de conducta para empleados Compromisos de derechos humanos Mecanismo de presentación de informes sobre el cumplimiento Política de cero tolerancia hacia cualquier forma de acoso y discriminación
Seguridad del consumidor	Nunca comprometemos la seguridad de nuestros consumidores, su bienestar es de suma importancia para nosotros. Por lo tanto, nuestra labor de seguridad del consumidor consiste en evaluar, vigilar, probar y valorar los ingredientes y fórmulas que puedan suponer un riesgo para el consumidor.	<ul style="list-style-type: none"> Realizar una evaluación exhaustiva de todas las materias primas Medir niveles de concentración seguros Probar las formulaciones finales para detectar irritación y sensibilización Recopilar información de los consumidores después del lanzamiento

Acerca de este informe

Oriflame tiene una estrategia para convertirse en una empresa más sostenible que incluye la comunicación abierta sobre nuestros compromisos y progresos. Durante los últimos años, hemos aumentado gradualmente todos nuestros informes como organización y publicamos nuestro primer Informe de Sostenibilidad independiente en el 2014.

Este Informe de Sostenibilidad cubre las estrategias de sostenibilidad material, actividades y actuaciones de la compañía Oriflame Holding AG (llamada Oriflame en este informe) durante el período del 1 de enero al 31 de diciembre de 2019, a menos que se indique lo contrario. Este informe no abarca las operaciones de las franquicias. Este informe se publicó en la página web de Oriflame, www.oriflame.com, el 17 de abril del 2020, donde también encontrarás información adicional sobre nuestros esfuerzos de sostenibilidad. Este informe se elaboró de acuerdo con los estándares de la GRI: opción principal. En nuestra página web se publica un índice de contenido de la GRI. El modelo de creación de valor en la página 15 del Informe Anual está inspirado en el Marco Internacional <IR>.

La información y los hechos se seleccionan con base en los aspectos de sostenibilidad evaluados y el material de las operaciones de Oriflame y se basan en las mejores fuentes posibles conocidas por la empresa. En cuanto a algunos datos sobre el desarrollo de la empresa y sus operaciones, se hace referencia al Informe Anual de Oriflame para el año fiscal 2019. A menos que se especifique lo contrario, todos los datos relativos a los proveedores y las fábricas de los proveedores incluyen todos los proveedores y fábricas que estuvieron activos y aprobados para la producción durante el período del informe.

Nuestros cálculos de emisión de gases de efecto invernadero y las notificaciones se encuentran de conformidad con la Norma del Protocolo de Gases de Efecto Invernadero.

Este informe no se certificó externamente. Sin embargo, parte de nuestros cálculos de emisión de gases de efecto invernadero (72% del alcance 1 y 85% del alcance 2 (basado en la localización)), que también se notificarán al CDP, están sujetos a una garantía limitada por parte de la KPMG. La norma de verificación utilizada es la Norma Internacional de Compromisos de Garantía (ISAE) 3410, Compromisos de Garantía de Declaraciones de Gases de Efecto Invernadero. Además, se utilizaron como criterios aplicables los requisitos que figuran en el Protocolo de Gases de Efecto Invernadero.

Rainforest Alliance ha desarrollado nuestros cuestionarios de proveedores de papel para el empaque de los productos, accesorios y catálogos para verificar las declaraciones de los proveedores con respecto a la certificación FSC™ u otras fuentes certificadas de manera creíble.

El equipo de sostenibilidad de Oriflame, expertos fundamentales en la compañía, elaboró y revisó este informe y está aprobado por el Director General.

Información de contacto
sustainability@oriflame.com

Copyright ©2020 by Oriflame Cosmetics AG. Todos los derechos reservados. Oriflame Cosmetics AG elaboró este informe.





Informe e información disponibles en
www.oriflame.com