

LA PRÁCTICA DA SENTIDO

DR. BRONNER'S 2026 INFORME ALL-ONE!

La práctica da sentido

En Dr. Bronner's, nuestra misión y nuestros valores nos guían, pero el propósito no se demuestra solo con la intención. Se demuestra a través de la acción y la práctica. Nuestros equipos y nuestro personal trabajan arduamente en toda la empresa durante todo el año para garantizar que nuestra forma de operar refleje los principios que defendemos. Ser una empresa impulsada por un propósito es siempre un trabajo en curso. Al mirar hacia atrás al año 2025, reflexionamos sobre el progreso que logramos y cómo pusimos en práctica nuestro propósito.

En nuestras operaciones y prácticas de abastecimiento, nos esforzamos por evitar externalizar los costos sociales y ambientales y por asumir la responsabilidad del impacto de nuestras decisiones en nuestra fuerza laboral, nuestras cadenas de suministro y las comunidades en las que operamos y de las que nos abastecemos. Buscamos ser un modelo a seguir, inspirar a otros tal como otros nos han inspirado a nosotros, y rendir cuentas ante los estándares más altos y en constante evolución de conducta empresarial ética. Es por eso que nos unimos a otras empresas impulsadas por un propósito para el año piloto del «Purpose Pledge», con el fin de desarrollar y promover una visión compartida para integrar el propósito ético en todas las operaciones de una empresa.

Es también por eso que, cuando nos desprendimos de nuestra línea de chocolate el año pasado para enfocarnos en nuestros productos principales de cuidado corporal, le confiamos su administración a Magic Chocolate, Inc., una empresa también miembro de Purpose Pledge dedicada a la excelencia en la elaboración de chocolate y comprometida con los medios de vida a largo plazo de los agricultores con certificación orgánica regenerativa y sus comunidades. También actualizamos la etiqueta de nuestro icónico Magic Soap, asegurándonos de que siga reflejando tanto nuestra marca en evolución como nuestros valores perdurables, sin dejar de ser recono-cible para generaciones de clientes.

Poner en práctica nuestro propósito también significa usar nuestra voz y nuestros recursos para apoyar y estar del lado de las comunidades marginadas que han sido objeto de ataques cada vez más frecuentes. Nos mantuvimos firmes en nuestro compromiso con los principios de diversidad, equidad e inclusión, sin desviarnos de nuestro rumbo incluso cuando la administración de Trump intentó intimidar y acosar a las empresas para que abandonaran esos principios. Nos solidarizamos con la comunidad LGBTQ+, participando tanto en el WorldPride como en la Marcha Nacional por la Visibilidad Trans en Washington, D.C., para defender la igualdad, la dignidad y los derechos humanos para todos. Nos pronunciamos en solidaridad con el pueblo de Palestina, exigiendo un alto el fuego en la Franja de Gaza ocupada, así como paz, justicia y el fin del desplazamiento y la limpieza étnica en Cisjordania ocupada.

El año pasado también tomamos la difícil decisión de poner fin a nuestra relación con B Corp después de una década. Deliberamos sobre esto durante muchos años y dedicamos un gran esfuerzo a lograr un cambio desde adentro. En última instancia, aunque B Corp ha mejorado un poco sus estándares desde entonces, persiste la evidente falta de un requisito de certificación ecosocial creíble, realizada por terceros sobre el terreno, de las cadenas de suministro —especialmente para las corporaciones multinacionales—, y eso fue lo que nos llevó a retirarnos. Para las empresas de productos de consumo de origen agrícola, la mayor parte del impacto en el bienestar de los agricultores y trabajadores, así como en la salud de los ecosistemas y las comunidades, recae en sus cadenas de suministro. La certificación y las auditorías realizadas por terceros sobre el terreno son cruciales para identificar y abordar las prácticas social y ecológicamente dañinas, y para garantizar la confianza de los consumidores a largo plazo.

A pesar de que cada vez más empresas defienden de boquilla la idea de que los negocios son una fuerza para el bien, muchas personas siguen argumentando que esperar que esas mismas empresas alineen más plenamente sus operaciones y prácticas de abastecimiento con sus supuestos valores equivale a anteponer la «perfección al progreso». El argumento parece ser que es más importante promover la idea de que los negocios son una fuerza para el bien que presionar a las empresas para que sanen sus cadenas de suministro o paguen mejores salarios.

Creer que las empresas pueden y deben mejorar de manera integral para estar a la altura de sus afirmaciones de hacer el bien no tiene que ver con la pureza o la perfección; se basa en la comprensión práctica de que, cuando las empresas no asumen la plena responsabilidad por los verdaderos costos sociales y ecológicos de sus operaciones, se causa un daño real y tangible.

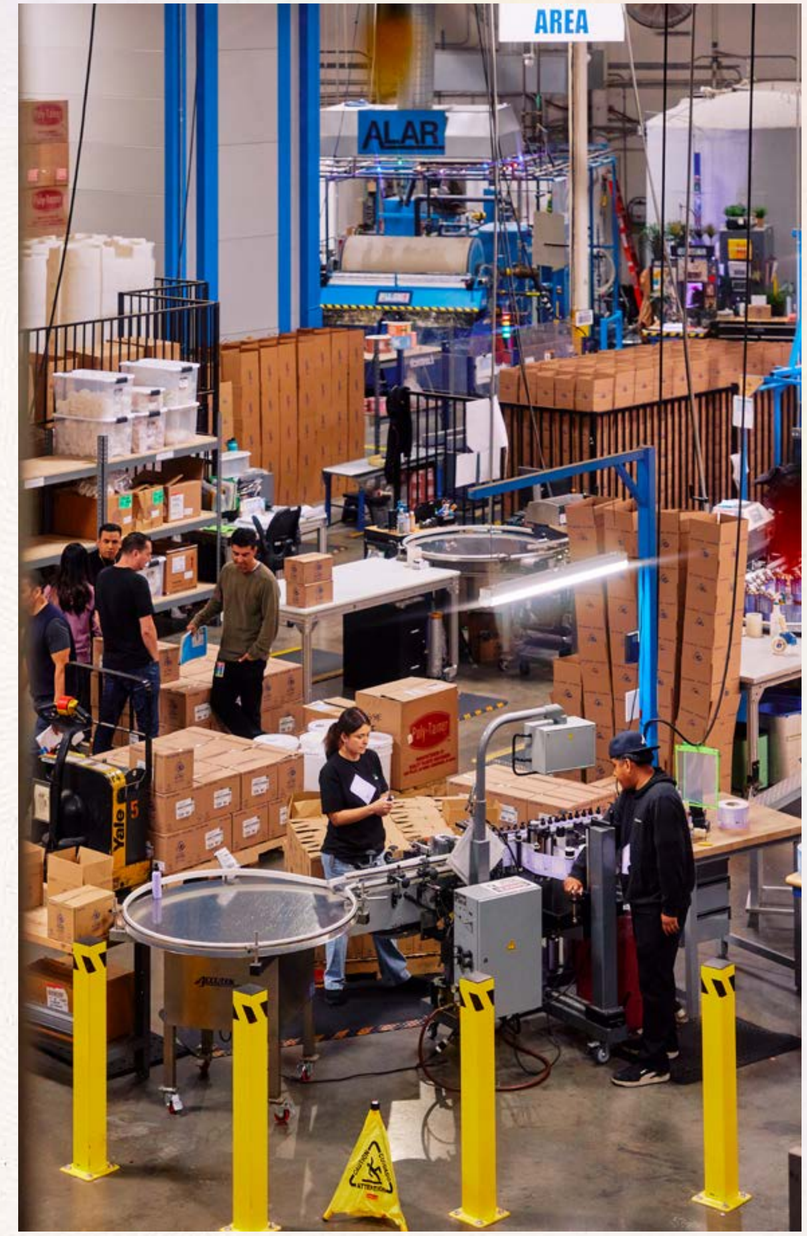
Los costos se externalizan; se pagan salarios y precios por debajo de los estándares; las normas se deterioran; y se instala una carrera hacia el fondo, que empobrece a los trabajadores, los agricultores y las comunidades en todo el mundo y pone a prueba los sistemas de apoyo público. Las prácticas ecológicamente dañinas se extienden sin control, y el resultado es una menor calidad de vida, una salud comunitaria debilitada y una pobreza y una inseguridad económica arraigadas para muchos —incluso mientras las empresas reportan utilidades récord y un puñado de personas ricas y poderosas ascienden a la cima.

Para nosotros, el éxito no se mide solo por el desempeño financiero, sino por si generamos prosperidad compartida. Lo hacemos asegurándonos de que nuestro negocio sea mutuamente beneficioso para nuestros empleados, clientes y socios de la cadena de suministro, y contribuyendo positivamente a las comunidades donde operamos. A través de prácticas agrícolas con Certificación Orgánica Regenerativa en todas nuestras cadenas de suministro, producimos nuestras materias primas de manera que se minimice el daño a los ecosistemas y a la salud de la comunidad. El propósito es algo que ponemos en práctica todos los días para que nuestro negocio beneficie a todos aquellos con quienes entra en contacto.



El informe «All-One!» de Dr. Bronner's es el espacio donde reflexionamos sobre el año anterior y compartimos información e historias sobre cómo vivimos nuestros valores, ponemos en práctica nuestro propósito y planeamos mejorar. Creamos este documento para comprender mejor de dónde venimos y hacia dónde vamos, y para rendir cuentas ante nuestros clientes y el público. Estamos en un viaje para mejorar a medida que avanzamos y aprendemos lo que aún no sabemos. Gracias por acompañarnos.

—DAVID Y MICHAEL BRONNER, DIRECTOR EJECUTIVO Y PRESIDENTE



¡TODOS SOMOS UNO!

La frase Mitákuye Oyás'iŋ se traduce como «Todos mis parientes». «Todos mis parientes» reconoce que existimos dentro de una red interconectada de relaciones con todos los seres vivos y con todos los sistemas naturales que sostienen la vida.

En Dr. Bronner's, hemos operado basándonos en una versión de esta filosofía durante décadas. Emanuel Bronner lo expresó así: «Somos Todos Uno o Ninguno». Ambas frases –«¡Todos Uno!» y «Todas mis relaciones»– se basan en la misma verdad simple: que el bienestar de cada uno de nosotros es inseparable del bienestar de todos.

Arraigados en las relaciones correctas

POR LES SZABO, DIRECTOR DE ESTRATEGIA E IMPACTO

Los Principios Cósmicos de Dr. Bronner's son el marco rector que guía la forma en que llevamos a cabo nuestros negocios y priorizamos las numerosas relaciones de las que depende nuestra empresa. Estos principios han inspirado a una comunidad de empresas con ideas afines, comprometidas a dar ejemplo de prácticas comerciales éticas a través de «Purpose Pledge», una iniciativa colaborativa basada en diez compromisos claros y con plazos definidos.

Dr. Bronner's ayudó a lanzar «Purpose Pledge» el año pasado porque, en esencia, la iniciativa se trata de restablecer las relaciones correctas: entre las empresas, las personas y los sistemas naturales de los que todos dependemos. Para explicar en qué consiste este trabajo y cómo buscamos rendir cuentas al respecto, quiero comenzar en un lugar muy alejado de la sala de juntas.

Conocí a Sandor Iron Rope gracias al apoyo de Dr. Bronner's a la conservación del peyote. Es un líder espiritual lakota quien, con el paso de los años, se ha convertido en un guía y maestro en mi vida. Él me presentó la frase Mitákuye Oyás'iŋ, que se traduce como «Todas mis relaciones».

«Todas mis relaciones» reconoce que existimos dentro de una red interconectada de relaciones con todos los seres vivos y con todos los sistemas naturales que sostienen la vida.

En Dr. Bronner's, hemos operado basándonos en una versión de esta filosofía durante décadas. Emanuel Bronner lo expresó así: «Somos Todos Uno o Ninguno». Ambas frases —«¡Todos Uno!» y «Todas mis relaciones»— se basan en la misma verdad simple: que el bienestar de cada uno de nosotros es inseparable del bienestar de todos. Y, lo que es más importante, no se puede separar la forma en que tratas a las personas y a los sistemas vivos que te rodean del tipo de empresa que eres.



Nuestros Principios Cósmicos reflejan (en la imagen a la derecha) nuestras relaciones más importantes. Son relaciones, no simplemente partes interesadas. Una parte interesada es una parte con un derecho, un término que se usa comúnmente en los negocios y que ha ayudado a ampliar el pensamiento corporativo más allá de los simples accionistas. Sin embargo, no capta plenamente la profundidad de estas conexiones.

Nuestras relaciones incluyen a nuestros compañeros de trabajo, quienes acuden cada día y aportan su máximo esfuerzo para que la empresa sea un éxito. Incluyen a nuestros socios agricultores en Sri Lanka, Ghana, India y otros lugares, quienes cultivan los ingredientes de calidad que hacen que nuestros productos sean tan apreciados. Nuestras relaciones incluyen a las comunidades de San Diego y de todo el mundo donde operamos y donde tenemos la responsabilidad de comprender y minimizar nuestro impacto. Incluyen a los clientes que confían en nosotros para elaborar productos seguros y eficaces, así como el suelo y los ecosistemas que sustentan todo nuestro trabajo. Sin estas relaciones, no existiría Dr. Bronner's.

Es esta misma convicción la que nos llevó a contribuir al lanzamiento de «Purpose Pledge». Los diez compromisos de esta promesa ofrecen una hoja de ruta para honrar las relaciones más importantes de una empresa y traducir el propósito en obligaciones concretas y con plazos definidos en materia de gobernanza, operaciones y cadenas de suministro.

Con cada compromiso nos hacemos la misma pregunta: ¿tenemos una relación adecuada? ¿Estamos honrando esta relación y estamos tomando en cuenta la salud y la integridad de todo el sistema, en lugar de optimizar solo una parte del mismo?

En las siguientes páginas, buscamos responder a estas preguntas con honestidad. Analizamos en qué aspectos creemos que estamos cumpliendo con nuestros compromisos y en cuáles aún nos queda trabajo por hacer. Mencionamos las relaciones de las que dependemos y destacamos los esfuerzos que estamos realizando para cultivarlas y fortalecerlas.

Tener en cuenta todas nuestras relaciones es la forma en que ponemos en práctica nuestras creencias: así es como definimos nuestros compromisos, medimos nuestro progreso y nos hacemos responsables de la mejora continua.

La enseñanza lakota que aprendí de Sandor Iron Rope nos recuerda que este trabajo nunca termina. Mitákuye Oyás'iŋ no es un destino al que llegamos. Es una práctica a la que regresamos —día tras día y año tras año— con humildad, honestidad y un compromiso renovado. Ese es el espíritu con el que presentamos este informe.

Los diez compromisos de Purpose Pledge:

1. **Gobernanza orientada al propósito:** Garantizar que el control mayoritario esté a cargo de una junta directiva orientada al propósito, con supervisión formal de la firma del Purpose Pledge y la adopción de planes de compromiso.
2. **Calidad y transparencia de los productos:** Desarrollar y comercializar productos que prioricen el bienestar de los consumidores, la seguridad y la eficacia, así como una comunicación clara y transparente.
3. **Integridad de la red de suministro:** Certificar los productos según estándares ambientales y sociales confiables, garantizando la rendición de cuentas en todas las cadenas de suministro.
4. **Remuneración justa y equilibrada:** Mantener una relación entre el salario del director ejecutivo y el salario mediano de los empleados de no más de 25:1 en el país donde la empresa tiene su sede.
5. **Salario digno y medios de vida decentes:** Garantizar que todos los empleados ganen un salario digno, según la definición de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y calculado por Living Wage for US.
6. **Bienestar e inclusión:** Fomentar una cultura laboral que promueva el bienestar, la inclusión y el respeto para todos los empleados.
7. **Compromiso con la comunidad:** Destinar un mínimo del 1 % de los ingresos netos o del 10% de las utilidades netas a iniciativas filantrópicas, incluyendo contribuciones financieras, donaciones en especie y esfuerzos de voluntariado.
8. **Acción climática:** Tomar medidas climáticas verificadas, financiando proyectos climáticos en un nivel proporcional a las emisiones, y lograr reducciones de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) alineadas con la ciencia.
9. **Circularidad para cero desperdicios:** Obtener la certificación TRUE, una tasa promedio de desvío de residuos del 90% o más, y priorizar soluciones de empaques circulares.
10. **Desarrollo de capacidades:** Compartir conocimientos, colaborar y fortalecer las capacidades organizativas para avanzar en todos los compromisos de Purpose Pledge.

Contenido

La práctica da sentido

AVANCES DE PURPOSE PLEDGE Y LOS PRINCIPIOS CÓSMICOS DE DR. BRONNER'S

1 Principio Cósmico: **¡Trabaja duro! ¡Crece!**
- Compromiso Purpose Pledge – Gobernanza Guiada por el Propósito ... *página 7*

2 Principio Cósmico: **Haz lo Correcto por los Consumidores**
- Compromiso Purpose Pledge – Calidad y Transparencia de los Productos ... *página 9*

3 Principio Cósmico: **Trata a los Empleados como Familia**
- Compromiso Purpose Pledge – Remuneración Justa y Equilibrada ... *página 12*
- Compromiso Purpose Pledge – Salario Digno y Medios de Vida Dignos ... *página 13*
- Compromiso Purpose Pledge – Bienestar e Inclusión ... *página 14 y 15*

4 Principio Cósmico: **Sé Justo con los Proveedores**
- Compromiso Purpose Pledge – Integridad de la Red de Suministro ... *página 17*

5 Principio Cósmico: **Trata a la Tierra como Nuestro Hogar**
- Compromiso Purpose Pledge – Acción Climática ... *página 20*
- Compromiso Purpose Pledge – Circularidad para Lograr Cero Residuos ... *página 21*

6 Principio Cósmico: **Financia y Lucha por lo que es Justo**
- Compromiso Purpose Pledge –Participación Comunitaria ... *página 23*

1 Principio Cósmico: **¡Trabaja Duro! ¡Crece!**
- Compromiso Purpose Pledge – Desarrollo de Capacidades ... *página 25*

DATOS ANUALES DE IMPACTO

Explora los datos detrás de las historias, los resultados y los hallazgos clave ... *Ver datos de All-One! 2026*

Cronología de Apoyo y Activismo ... *pestaña 1*
Estadísticas de Empleados ... *pestaña 2*
Huella Ambiental - Sistema Imperial ... *pestaña 3*
Huella Ambiental - Sistema Métrico ... *pestaña 4*
Gestión Financiera Responsable ... *pestaña 5*
Membresías y Certificaciones ... *pestaña 6*
Filantropía ... *pestaña 7*
Donaciones de Productos ... *pestaña 8*
Responsabilidad Social ... *pestaña 9*
Red de suministro ... *pestaña 10*

NOSOTROS MISMOS



Institucionalizar el propósito nunca es un proyecto terminado. Es un viaje continuo para fortalecer y hacer evolucionar los sistemas, las políticas y las prácticas que mantienen la misión en el centro del negocio.



Ralph Bronner, hijo del fundador Emanuel Bronner, siempre nos recordaba la importancia de proteger nuestra misión, no solo para el presente, sino también para las generaciones futuras.

El viaje continuo hacia el propósito

POR LES SZABO, DIRECTOR DE ESTRATEGIA E IMPACTO

Los valores y la cultura de una empresa pueden inspirar y guiar su labor durante décadas, pero no son autosuficientes sin una estructura, una buena organización y un mantenimiento disciplinado. Con el tiempo, el liderazgo evoluciona, las condiciones sociales cambian y las presiones del mercado se transforman. La forma en que se gobierna y opera una empresa desempeña un papel fundamental para garantizar que su misión siga siendo el eje central de la toma de decisiones. Uno de los objetivos principales del liderazgo actual de Dr. Bronner's es integrar la misión de la empresa en sus prácticas de gobernanza y prácticas operativas de la empresa, de modo que sus valores se reflejen no solo en quienes dirigen la empresa hoy, sino también en cómo funcionará para las generaciones venideras.

Institucionalizar el propósito nunca es un proyecto terminado. Es un camino continuo de fortalecimiento y evolución de los sistemas, las políticas y las prácticas que mantienen la misión en el centro del negocio. Para Dr. Bronner's, este trabajo comenzó hace más de 75 años y continuará a medida que cada generación de líderes guíe a la empresa a través de nuevos desafíos, sin dejar de mantenerse fieles a sus valores y propósito perdurables. Las cuatro iniciativas que se destacan aquí representan pasos importantes que hemos dado durante la última década para integrar aún más la idea de proteger nuestra misión en la gobernanza y las operaciones de la empresa.

En 2015, Dr. Bronner's se constituyó como una corporación de beneficio público de California, una estructura legal diseñada para empresas que generan un impacto social y ambiental positivo junto con el éxito financiero. Este fue un primer paso importante. A diferencia de las corporaciones tradicionales, las corporaciones de beneficio público exigen que los directores tomen en cuenta los intereses de los empleados, los clientes, los proveedores, las comunidades y el medio ambiente —y no únicamente los de los accionistas— al llevar a cabo el propósito de la empresa de trabajar en beneficio del público. También deben evaluar su desempeño según un estándar establecido por un tercero independiente y publicar un Informe Anual de Beneficios en el que se describa su impacto social y ambiental.

Si bien la condición de corporación de beneficio público proporciona una base legal importante, por sí sola no crea un sistema de gobernanza que proteja de manera permanente el propósito de la empresa. Consciente de ello, Dr. Bronner's ha tomado medidas adicionales para fortalecer la arquitectura de gobernanza que salvaguarda nuestra misión. El año pasado, Dr. Bronner's formalizó y amplió su Junta Directiva. Históricamente, la Junta estaba compuesta únicamente por miembros de la familia fundadora en puestos de liderazgo —una estructura que funcionó bien para la empresa durante muchas décadas y reflejaba el profundo compromiso de la familia con su misión. Hoy en día, el Consejo incluye once directores que representan a la propiedad familiar, a la dirección de la empresa y a miembros no ejecutivos. Cada uno de estos grupos aporta una perspectiva y un conjunto de experiencias diferentes al gobierno corporativo: los directores de la familia cuentan con un conocimiento institucional invaluable, los líderes de la empresa aportan una amplia experiencia operativa, mientras que los directores independientes ofrecen una visión que solo pueden brindar personas externas.

Un Consejo más amplio puede hacer que las deliberaciones sean más complejas y que sea más difícil alcanzar un consenso, pero creemos que esas compensaciones valen la pena si conducen a una gobernanza más reflexiva. Una mejor estructura del Consejo, por sí sola, no garantiza que una empresa se mantenga fiel a su misión, pero esta evolución fortalece nuestra capacidad para tomar mejores decisiones y velar por la misión de Dr. Bronner's a lo largo de períodos de crecimiento, cambio y transición de liderazgo.

Como tercer paso, Dr. Bronner's se convirtió en signataria de «Purpose Pledge» (Compromiso con el Propósito) y, como parte de ello, asumió el compromiso de una gobernanza guiada por el propósito. Este compromiso exige a las empresas documentar públicamente cómo se integra el propósito en la gobernanza, adoptar planes de compromiso trienales aprobados por el consejo y presentar informes anuales sobre el progreso medible. El objetivo es crear una rendición de cuentas transparente y con plazos definidos.

Más recientemente, el Consejo adoptó un Compromiso de Administración del Consejo. Se le pide a cada director que firme este compromiso para reafirmar las expectativas del servicio en la Junta en lo que se refiere a nuestra misión. Deja claro que formar parte de la Junta Directiva de Dr. Bronner's significa más que asesorar al liderazgo ejecutivo. Significa actuar como guardián del propósito perdurable de la empresa y de nuestros valores «¡Todos somos uno!». El compromiso establece una expectativa para cada director: proteger el propósito de la empresa, en la medida de sus posibilidades, para las generaciones futuras.

En conjunto, estas acciones representan pasos importantes en un proceso de gobernanza en constante evolución, diseñado para brindar al propósito de Dr. Bronner's una mejor oportunidad de ser protegido a largo plazo.

NUESTROS CLIENTES



La norma ISO 22716 brinda a nuestros clientes la confianza de que nuestros productos se fabrican bajo prácticas reconocidas de gestión de calidad. Les indica que pueden depositar su confianza no solo en lo que ponemos en nuestros productos, sino también en cómo los fabricamos.

Ampliando la calidad: nuestro compromiso con la norma ISO 22716

POR LANI READY, DIRECTORA DE CUMPLIMIENTO Y ASUNTOS REGULATORIOS, Y CYNDY TRAN, GERENTE DE PROYECTOS DE BUENAS PRÁCTICAS DE FABRICACIÓN (GMP) Y CUMPLIMIENTO

Puede que a algunos les parezca aburrido el cumplimiento normativo, ¡pero a nosotras no! Para nosotras, el cumplimiento normativo es inspirador, estimulante y nos hace sentir humildes. Lo vemos como una forma de ayudar a garantizar la integridad de la marca, proteger la seguridad de los consumidores, honrar el legado de nuestra empresa y seguir creciendo continuamente.



Dr. Bronner's inició su camino hacia la certificación en 1999 con nuestra primera certificación, Leaping Bunny, y desde entonces hemos seguido expandién-donos; nuestras certificaciones más recientes son la Certificación Orgánica Regenerativa y la Verificación de la EWG. Cada certificación que buscamos nos impulsa a ser mejores, y la norma ISO 22716:2007 no es una excepción. Además, será la primera certificación de fabricación que solicitemos como empresa.

Nos encanta ampliar nuestras certificaciones de terceros, por lo que la ISO 22716 ha estado en nuestra mira desde hace varios años. La ISO 22716 es una certificación que se enfoca en las buenas prácticas de fabricación (BPF) para productos cosméticos, creando un sistema que garantiza la calidad. La ISO 22716 les da a nuestros clientes la confianza de que nuestros productos se fabrican bajo prácticas reconocidas de gestión de calidad. Les indica que pueden confiar no solo en lo que ponemos en nuestros productos, sino también en cómo los fabricamos.

El «Purpose Pledge» nos ha inspirado a establecer metas medibles y nos entusiasma comprometernos oficialmente a obtener la certificación ISO 22716 para el 2031. Muchas de las prácticas de fabricación que ya hemos implementado contribuyen a alcanzar nuestra meta de certificación; sin embargo, esto nos brinda la oportunidad de revisar minuciosamente nuestras prácticas actuales, la documentación y la capacitación, y subsanar cualquier deficiencia para cumplir con los rigurosos estándares establecidos por la norma ISO 22716.

Desde la fabricación de jabón en un sótano en 1948, pasando por la producción de 3,000 galones al día y el embotellado a mano en 2001, hasta llegar a producir actualmente 12,000 galones al día, al tiempo que instalamos nuevos equipos para manejar la producción de más de 24,000 galones adicionales al día, Dr. Bronner's ha crecido significativamente en tamaño y complejidad desde nuestros humildes inicios.

A medida que crecemos, es importante honrar nuestra misión, nuestros valores y la cultura empresarial que hacen que Dr. Bronner's y nuestros productos sean tan excelentes, al tiempo que nos aseguramos de poder implementar la transferencia de conocimientos y la capacitación que se nos exige para seguir produciendo los productos que nuestros clientes conocen y aman.

La certificación ISO 22716 garantizará que podamos ofrecer un producto de alta calidad y de origen ético durante muchos años más, sin importar cuánto crezcamos.

.



Nuestros bálsamos corporales se producen como parte de nuestras operaciones de fabricación, lo que refleja nuestra implementación continua de la norma ISO 22716 de Buenas Prácticas de Fabricación (GMP) para productos cosméticos.



Ana Olea y Marta Santiago, del equipo de producción de bálsamos labiales. Ellas, junto con muchas otras líneas de producción y equipos, respaldan las operaciones de fabricación de cosméticos y nuestra implementación continua de la norma ISO 22716. Su trabajo ayuda a garantizar una calidad constante a lo largo de todo el proceso de producción.

El camino de certificación de Dr. Bronner's

1999 — Leaping Bunny

Certifica que no se realizan pruebas en animales en ninguna etapa del desarrollo del producto.

2003 — USDA Organic

Confirma que los ingredientes cumplen con estrictas normas federales de agricultura y producción orgánicas.

2008 — For Life

Verifica los compromisos con la responsabilidad social corporativa y el abastecimiento sostenible.

2008 — Fair For Life

Verifica salarios justos, condiciones seguras y comercio ético para los trabajadores.

2013 — Natrue

Certifica que los cosméticos naturales y orgánicos están libres de ingredientes sintéticos.

2013 — Vegan Action

Confirma que los productos no contienen ingredientes de origen animal ni subproductos animales.

2013 — Non-GMO Project

Verifica que los productos cumplen con las mejores y más rigurosas prácticas para evitar los OGM.

2015 — NSF/ANSI 305

Establece estándares para productos de cuidado personal con ingredientes orgánicos.

2020 — Certificación Orgánica Regenerativa

El estándar más alto para la salud del suelo, el bienestar animal y la equidad para los trabajadores agrícolas.

2023 — EWG

Verificado por cumplir con estrictos estándares de seguridad y transparencia de los ingredientes.

2031 — ISO 22716:2007

Norma internacional para las buenas prácticas de fabricación en la producción de cosméticos.

NUESTROS EMPLEADOS



Mientras que muchas empresas se limitan a ofrecer un seguro médico básico, nosotros seguimos ampliando nuestras prestaciones de bienestar al mejorar la cobertura médica en áreas como el apoyo a la fertilidad y la atención de la depresión resistente al tratamiento.

Por qué las acciones de Dr. Bronner's se cotizan a 5 por 1

POR MICHAEL BRONNER, PRESIDENTE

Antes de incorporarse a la empresa, mi hermano David había sido consejero de salud mental en Boston. Mi mamá había sido maestra de matemáticas en una escuela secundaria en Los Ángeles, mi tío, maestro de inglés en una escuela secundaria en Milwaukee, y yo había enseñado inglés en una escuela secundaria en Japón. Ninguno de nosotros eligió esos trabajos por el dinero. Nuestro salario era modesto, pero se veía más que compensado por la oportunidad de marcar una diferencia significativa en la vida de las personas. Así que cuando empezamos a trabajar para este maravilloso motor que es Dr. Bronner's, y vimos que nuestros salarios aumentaban constantemente, comenzamos a preguntarnos: ¿cuánto es realmente suficiente?

No éramos monjes decididos a renunciar a todas las comodidades de la vida. Seguíamos queriendo vivir bien, tener una casa propia, viajar y divertirnos. Pero, ¿en qué momento la remuneración adicional deja de mejorar sustancialmente tu vida? ¿Cómo puedes vivir cómodamente y tener el mayor impacto positivo en la vida de quienes te rodean?

Para nosotros, la respuesta era clara. Limitar nuestros salarios a cinco veces el salario del trabajador con derechos adquiridos y el salario más bajo que llevara cinco años con nosotros. Invertir en salarios más altos, atención médica sin deducibles, participación en las utilidades, cuidado infantil, donaciones caritativas y en los trabajadores y agricultores de nuestras cadenas de suministro. Nuestro papá siempre nos decía que lo más importante de una empresa son sus empleados, y que si los cuidamos, ellos nos cuidarán a nosotros. En otras palabras, si las personas que realizan el trabajo no prosperan, tampoco lo hace la empresa.

Relación de remuneración de los ejecutivos

La relación de 5 a 1 genera más que seguridad financiera: genera confianza en que predicamos con el ejemplo. Según mi experiencia, los empleados no se comprometen profundamente simplemente porque se les paga bien. Se comprometen cuando creen que se les trata de manera justa y tienen voz y voto, cuando se ven integrados en el tejido de la empresa y no simplemente como un engranaje más de la máquina.

He escuchado ese sentimiento repetirse una y otra vez entre nuestros empleados. Tomemos como ejemplo una conversación con nuestra gerente de redes sociales, Stacey Oparnica-Ugarte. Cuando hablamos por Zoom, ella mecía suavemente a su hijo recién nacido mientras esperaba que llegara su niñera a domicilio (una niñera que fue posible en parte gracias a nuestro beneficio anual de 7,500 dólares para el cuidado infantil).

Me explicó que, si bien el tope salarial no elimina el estrés, los plazos ni el trabajo arduo, sí cambia la forma en que los empleados como ella viven esos desafíos, porque saben que los líderes no viven ni operan en un mundo diferente. Ellos también dedican muchas horas y reciben un sueldo razonable. Así que, aunque renunciamos a algunos ingresos potenciales, ganamos algo mucho más valioso: una fuerza laboral más comprometida, dedicada e involucrada en nuestro éxito compartido.

Stacey explicó además que nuestras publicaciones en redes sociales sobre los beneficios para empleados generan sistemáticamente el mayor nivel de participación. «No importa cómo te veas, a quién le reces, de dónde seas o qué idioma hables», me dijo. «El dinero es un idioma que todos hablan. El estrés financiero es algo que casi todos entienden».

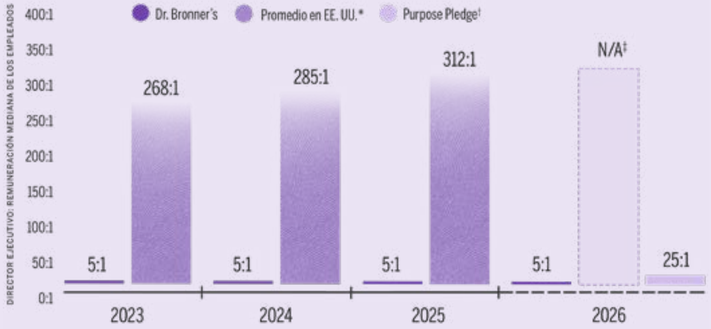
Las personas en línea que ven publicaciones sobre nuestro tope salarial perciben un modelo de remuneración más equitativo e imaginan lo que eso podría significar en sus propios lugares de trabajo y para sus propias familias. «La gente está muy desmoralizada por la codicia y el egoísmo que ve», dijo Stacey. «Cuando ven que empresas como la nuestra y a sus líderes dispuestos a limitar su propia riqueza, es algo tan inaudito que la esperanza que les da a las personas es casi más poderosa que la política en sí misma».

Lo triste es que no siempre fue algo tan increíble. A mediados del siglo XX, las relaciones salariales entre ejecutivos y empleados en Estados Unidos eran una fracción de lo que son hoy. En países como Japón, muchas grandes empresas siguen operando con brechas mucho más estrechas entre los líderes y los empleados. Nuestro objetivo no es recrear las normas corporativas de otra época o de otros países. Es construir una empresa donde los líderes y los empleados se mantengan en un plano mucho más equitativo.

Este enfoque no es fácil y presenta desafíos para una empresa en crecimiento. Puede resultar difícil reclutar ejecutivos dispuestos a trabajar dentro de nuestra filosofía de remuneración. Es posible que personas con talento pierdan interés en el puesto vacante. No pasa nada. No buscamos a cualquier líder. Buscamos líderes que quieran trabajar para una empresa impulsada más por una misión que por la remuneración y que crean que el éxito es algo que se debe compartir.

Cada empresa tiene sus propias circunstancias y desafíos. No creemos que todas las empresas deban adoptar la misma proporción de remuneración de 5 a 1 que nosotros. Pero sí queremos que más líderes se hagan las mismas preguntas que cambiaron la forma en que abordamos cómo nos pagamos a nosotros mismos y a otros líderes en Dr. Bronner's: ¿Cuánto es suficiente?

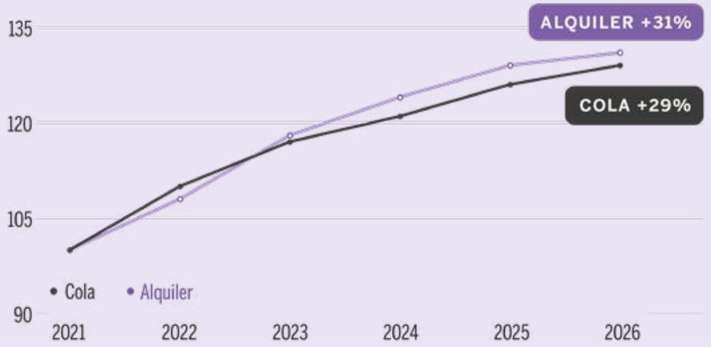
Remuneración: director ejecutivo frente a mediana de los empleados



***Datos promedio de EE. UU. tomados del comunicado de prensa de la AFL-CIO, por año. †El compromiso «Purpose Pledge» de 25:1 o menos entrará en vigor en 2026. ‡Datos no disponibles al momento de la publicación.*

COLA frente al alquiler de un departamento de dos habitaciones en San Diego:

**Ajustes por costo de vida indexados a un valor inicial de 100 para comparar el crecimiento acumulado a lo largo del tiempo*



El gráfico anterior compara los ajustes anuales por costo de vida (COLA) que Stacey ha recibido en los últimos cinco años con el aumento del alquiler que paga por su departamento. Durante ese tiempo, el alquiler de Stacey aumentó aproximadamente un 31 %, mientras que Dr. Bronner's le otorgó aumentos acumulativos por COLA que sumaron aproximadamente un 29 %. Si bien ninguna medida por sí sola puede reflejar a la perfección los gastos de cada hogar, esta comparación ilustra por qué hemos otorgado un aumento por COLA a todos los empleados cada año: para ayudar a garantizar que el aumento de los costos —especialmente el de la vivienda, que suele ser el gasto más grande de una familia— no erosione silenciosamente el poder adquisitivo o la seguridad financiera de los empleados con el paso del tiempo.

La estabilidad financiera empieza en el trabajo

POR JESS STEWART, GERENTE DE APRENDIZAJE Y DESARROLLO

Sé lo difícil que puede ser alcanzar la estabilidad financiera cuando ya se parte en desventaja. Crecí sin seguridad de vivienda, a menudo al borde de quedarme sin hogar, y llegué a la edad adulta sin ahorros y con un historial crediticio dañado después de haber contraído préstamos estudiantiles y utilizado tarjetas de crédito para cubrir las necesidades económicas de mi familia y construir un futuro más estable. Así que cuando Dr. Bronner's creó un grupo de trabajo enfocado en la pobreza y la falta de vivienda, inmediatamente me ofrecí como voluntaria. Esto me dio la oportunidad de contribuir profesionalmente, al tiempo que ayudaba a garantizar que nuestro trabajo se basara no solo en los valores de nuestra empresa, sino también en mi propia experiencia de vida y la de otras personas.



Miembros del Grupo de Trabajo Asesor para Personas sin Hogar de Dr. Bronner's que se ofrecen como voluntarios para servir comidas: Tim Clark, Michael Bronner, Terry Lenley, Kathleen Diehlmann (directora de desarrollo de la Fundación Brother Benno), Alissa Hauser, Kevin Schambach y Jess Stewart (de izquierda a derecha)

A medida que nuestro grupo de trabajo exploraba cómo las donaciones filantrópicas de Dr. Bronner's podrían tener el mayor impacto en nuestra comunidad, un enfoque se destacó de inmediato: la intervención temprana y la prevención. Estas estrategias ayudan a las personas a resolver rápidamente crisis de vivienda o financieras mediante soluciones prácticas y sistemas de apoyo existentes, antes de que un problema se agrave hasta convertirse en la falta de hogar. A veces, solo unos pocos cientos dólares pueden marcar la diferencia entre conservar la vivienda y quedar en la calle. Si podemos ayudar a evitar que alguien llegue a una crisis financiera, podemos reducir la probabilidad de que alguna vez se quede sin hogar.

Esa constatación nos llevó a plantearnos una pregunta importante: si la intervención temprana es una estrategia eficaz para prevenir la pobreza y la falta de vivienda en nuestra comunidad, ¿cómo podemos aplicar el mismo enfoque para apoyar a nuestros propios empleados en caso de que alguna vez enfrenten dificultades similares? En San Diego, donde los precios de las viviendas y los alquileres son altísimos, una familia de cuatro personas que gana menos de $134,000 al año se considera de bajos ingresos. Una reparación inesperada del auto o una factura médica de uno de los padres pueden convertirse rápidamente en un problema que impida pagar la renta o, peor aún, en el riesgo de un desalojo. Queríamos asegurarnos de que nadie en Dr. Bronner's tuviera que enfrentar una emergencia financiera por su cuenta.

Sabíamos que las opciones más comunes para las personas que enfrentan una emergencia financiera eran las tarjetas de crédito con tasas de interés cercanas al 30 % o los préstamos de día de pago con tasas de interés anual (APR) que superan el 300 %. Nos propusimos crear un programa de préstamos que abordara este problema y, al mismo tiempo, brindara a los empleados una vía para construir un historial crediticio, generar ahorros y fortalecer sus conocimientos financieros.

Nuestra investigación nos llevó a la Fundación Rhino Foods, que compartió su exitoso modelo de préstamos patrocinados por el empleador. Luego nos asociamos con Mission Federal Credit Union y, tras un año de pruebas piloto y desarrollo del programa, lanzamos nuestro programa de préstamos en enero de 2026. El programa brinda a los empleados que cumplen con los requisitos acceso a préstamos de bajo monto de Mission Federal, que van desde los 500 hasta los 2,500 dólares, a una tasa de interés justa (10.24 % TAE), sin importar su historial crediticio. Y lo que es más importante, los empleados pueden mejorar su historial crediticio, abrir cuentas de ahorro y participar en clases pagadas de educación financiera que fortalecen la estabilidad financiera a largo plazo.

Fui uno de los primeros empleados en participar en el programa, lo cual me ayudó a abrir mi primera cuenta de ahorros. Desde entonces, mi puntaje crediticio ha mejorado en más de 30 puntos. Este es un programa del que sé que me habría beneficiado antes en mi carrera, y ha reforzado mi convicción de que los empleadores pueden desempeñar un papel esencial al brindar a los empleados vías sólidas hacia el bienestar financiero, más allá de salarios competitivos y beneficios de salud.



Desde el lanzamiento de nuestro programa de préstamos para empleados, Dr. Bronner's ha ayudado a los empleados a acceder a más de 70 000 dólares en préstamos y ha dado la bienvenida a cientos de participantes en nuestras clases de educación financiera. De cara al futuro, nuestro grupo de trabajo espera expandir este modelo más allá de Dr. Bronner's para que más trabajadores en toda California tengan acceso seguro y equitativo al crédito, a la educación financiera y a la oportunidad de construir una estabilidad financiera duradera. Todos los empleados merecen la misma oportunidad que yo tuve de alcanzar la estabilidad financiera y la movilidad ascendente, y programas como este pueden ayudar a que eso sea posible.

La inclusión es el corazón del bienestar

POR LA-RENE MALCOLM, DIRECTORA DE CALIDAD Y ESTRATEGISTA DE INCLUSIÓN

Mientras escribo este artículo, es el fin de semana del Juneteenth, un momento ideal para reflexionar sobre mi trayectoria profesional en Dr. Bronner's. Actualmente cumplo mi noveno año en esta empresa única, que no teme ser disruptiva por el bien común. Apoyo a la empresa como directora de calidad y estratega de inclusión. Mi camino hacia este puesto fue inesperado y, en ocasiones, lleno de baches, pero lo recibí con agrado. En el centro de todo lo que hago, mi trabajo siempre se ha centrado en las personas. Aprendí rápidamente en esta profesión que fomentar las «relaciones adecuadas» en la forma de tratar e influir en las personas contribuye en gran medida a alcanzar tus metas.



Promoción de primer año del Consejo Frontline. Fomentando relaciones saludables con intención, alma y curiosidad. Delante: Cristhian Aparicio, La-Rene Malcolm, Sara Cárdenas, Dulce Nichol, Mauro Mesinas y Jess Stewart. Detrás: Iván Hernández, Michael Milam, Eric Christensen, Jesús Zepeda y Michael Maroun.

En 2017, me contrataron como Gerente de Calidad. Mi objetivo principal era desarrollar un Sistema de Gestión de Calidad para la empresa y establecer un estándar de calidad que respaldara esa visión. Entonces llegó la COVID, lo que provocó que el mundo se detuviera durante un acontecimiento clave que cambió la trayectoria de mi vida y mi carrera. George Floyd fue asesinado por la policía en Minneapolis, Minnesota, ante los ojos del mundo. Cuando vi el video, ampliamente difundido, de su muerte violenta y traumática, sentí como si estuviera viendo morir a un familiar ante mis ojos. La semana siguiente, Dr. Bronner's emitió un comunicado condenando el asesinato. Agradecí a nuestra dirección por correo electrónico y, en respuesta, me preguntaron qué más podíamos hacer.

Estas conversaciones condujeron rápidamente a la creación conjunta y al liderazgo de un Grupo de Trabajo sobre Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI) a cargo de mí y de mi colega Bertine Kabellis, quien ahora es la vicepresidenta de Compromiso y Experiencia Magic Foam de Dr. Bronner's. No fue una tarea fácil. Que se me confiara este proyecto durante un momento delicado de la historia fue profundamente significativo para mí. Una cosa es crear sistemas, programas y políticas para fabricar productos, y otra muy distinta es educar y cuestionar las ideas y creencias de las personas sobre dinámicas sociales delicadas, al tiempo que se construye un espacio seguro y productivo para estos debates.

El primer año de nuestro Grupo de Trabajo de DEI supuso para mí una prueba de fuego en un ámbito que era nuevo para la mayoría de nosotros en la empresa. Sin embargo, con el apoyo de nuestros líderes, me enorgullece decir que nuestro Grupo de Trabajo de DEI, al que rebautizamos como Grupo de Trabajo «Be A JEDI» en 2025, sigue prosperando más de cinco años después de su creación.

En 2023 surgió otra oportunidad después de asistir a un taller impartido por Talent Rewire, una consultora especializada en recursos humanos, en una conferencia de negocios. Muchas empresas, sin importar su tamaño ni sus recursos, tenían la misma pregunta: ¿cómo mejoramos la comunicación entre el personal de primera línea y la dirección? En este caso, el personal de primera línea se refiere a los empleados de Dr. Bronner's que trabajan en la fabricación y producción en nuestras plantas de jabones.

Después de esta conferencia, les sugerí a mis colegas que creáramos un Consejo de Primera Línea en Dr. Bronner's. Una vez más, la dirección apoyó la iniciativa, y Jess Stewart, gerente de Aprendizaje y Desarrollo de nuestro departamento de Recursos Humanos, y yo creamos juntos el consejo y seguimos codirigiéndolo hasta el día de hoy.

El consejo ofrece un espacio donde los miembros interactúan directamente con la dirección para comprender mejor el ecosistema de la empresa, brindar retroalimentación sobre futuros incentivos y políticas que se están considerando, tener acceso a oportunidades de desarrollo de liderazgo y conectarse con compañeros con quienes tal vez no interactuarían en su trabajo diario.

Ser testigo del crecimiento de la confianza de los miembros y ver cómo encuentran su voz en temas que de otra manera tal vez no hubieran tenido la oportunidad de discutir ha sido otro momento decisivo para mí. Como me compartió un miembro: «No es muy frecuente

Tengo la oportunidad de sentarme cara a cara con líderes de alto nivel y hacerles preguntas mientras les ofrezco sugerencias sobre diversos temas».

Mientras sigo promoviendo el bienestar y la inclusión en Dr. Bronner's, espero que esto haya dado una idea del progreso que hemos logrado —y de las oportunidades que aún nos esperan. Este trabajo es continuo y se basa en tres principios rectores:

Todos merecen ser escuchados.

Todos merecen ser respetados.

Todos merecen sentirse seguros.

Estos principios seguirán guiando nuestros esfuerzos a medida que creamos caminos para que los empleados crezcan, contribuyan y prosperen mientras la empresa evoluciona. Nuestro objetivo es sencillo: fomentar un lugar de trabajo donde la mayor cantidad de personas posible experimente estos valores todos los días.



Gilberto Vera, director de la Colaboración para la Justicia en la Vivienda, Políticas y Capacitación de la Sociedad de Asistencia Legal (a la izquierda), impartió una sesión titulada «Conoce tus derechos», en la que brindó a los empleados herramientas y recursos prácticos para comprender y proteger sus derechos de vivienda. También aparecen en la foto: Michael Bronner y Diana Cohen.

De los beneficios básicos al bienestar cotidiano

POR DIANA COHEN, ASESORA JURÍDICA GENERAL

Dr. Bronner's ha invertido desde hace mucho tiempo en un paquete integral de prestaciones para los empleados como base de su remuneración y como parte de un esfuerzo más amplio por garantizar el bienestar de los miembros del equipo. Los empleados que cumplen con los requisitos reciben cobertura médica, dental y oftalmológica dentro de la red, y Dr. Bronner's se hace cargo de las primas.

Mientras que muchas empresas se limitan al seguro médico básico, nosotros seguimos ampliando nuestras ofertas de bienestar al mejorar la cobertura médica en áreas como el apoyo a la fertilidad y la atención de la depresión resistente al tratamiento.

Si bien los beneficios brindan un apoyo fundamental y llevan el bienestar más allá de los beneficios convencionales, también reconocemos que la vida de los empleados no se define únicamente por la salud física y mental. Es por eso que, tras mi primer año en Dr. Bronner's, lanzamos la serie educativa «Conoce tus derechos» en febrero de 2025. Los empleados dan lo mejor de sí mismos cuando se les respeta como personas, se les brinda apoyo ante los desafíos de la vida y pueden contribuir sin sentir la presión de ocultar o cambiar quiénes son.

El programa «Conoce tus derechos» se enfoca en brindar información legal práctica directamente a los empleados sobre temas que son importantes en su vida cotidiana. Es importante destacar que cada sesión se ofrece durante el horario laboral remunerado para que los empleados puedan participar sin sacrificar su tiempo personal. En 2025, realizamos sesiones sobre inmigración y derechos LGBTQ+, y seguiremos abordando temas fundamentales en el futuro.

El objetivo de la serie es reducir la incertidumbre, empoderar a los empleados con recursos confiables y reconocer que apoyar a las personas significa reconocer las realidades más amplias que enfrentan fuera del lugar de trabajo. El bienestar de los empleados se fortalece cuando las organizaciones ayudan a eliminar las barreras que impiden la estabilidad, fomentan la seguridad psicológica y crean oportunidades para que los empleados se sientan informados, apoyados y respetados.

Esta perspectiva más amplia refleja una evolución importante en la forma en que apoyamos a nuestra gente en Dr. Bronner's. Los empleados evalúan cada vez más no solo los beneficios a su disposición, sino también si la cultura laboral, el liderazgo y las expectativas del día a día les permiten realmente prosperar.

Al priorizar el bienestar de nuestra gente, Dr. Bronner's está construyendo un lugar de trabajo donde los empleados puedan crecer profesionalmente y aportar todo su potencial, al tiempo que enfrentan los desafíos de la vida con apoyo y compasión.

Puntuación del Índice de Inclusión de Dr. Bronner's

La puntuación del Índice de Inclusión refleja cómo perciben los empleados la inclusión en cinco dimensiones clave: sentido de pertenencia, respeto, equipos diversos, apoyo de los gerentes y sentido de propósito.



«Dr. Bronner's hace un excelente trabajo en priorizar el bienestar de los empleados».

PARTICIPANTES EN LA ENCUESTA A EMPLEADOS

NUESTROS PROVEEDORES



ROC es la única certificación regenerativa que incluye requisitos de comercio justo y trabajo justo, ya que la agricultura verdaderamente regenerativa depende de que los agricultores cuenten con la seguridad, los recursos y la voz necesarios para asumir riesgos, adaptar nuevas prácticas y cuidar su tierra, a sus trabajadores y a sus animales de manera adecuada a largo plazo.

Nuestro camino hacia la certificación orgánica regenerativa y por qué el comercio justo es la base de la agricultura orgánica regenerativa

POR JULIA SCHULMANN, GERENTE DE PROGRAMAS DE COMERCIO JUSTO, Y RYAN ZINN, DIRECTOR DE PROGRAMAS REGENERATIVOS



Shyam Vati, productora de menta con certificación orgánica regenerativa, Dharkapur, India

Quienes hayan observado con atención las etiquetas de los jabones del Dr. Bronner's habrán notado algo nuevo desde finales de 2024. Entre otros logotipos de certificación, hay un pequeño detalle adicional: «Elaborado con aceites con certificación orgánica regenerativa». Aunque pueda parecer un cambio menor, detrás de esta afirmación hay una historia significativa de impacto.

La Certificación Orgánica Regenerativa (ROC) es una certificación que se centra en tres pilares fundamentales: la salud del suelo, el bienestar animal y la equidad social. Se trata de un estándar holístico para producir ingredientes que sean beneficiosos tanto para las personas como para el planeta.

El estándar ROC surgió de la comprensión de la conexión entre el cambio climático, la agricultura y la pobreza —y de los impactos devastadores de la agricultura industrial en la salud ecológica y humana en general. A medida que el concepto de agricultura regenerativa cobró impulso en la industria de los productos naturales, surgieron cada vez más estándares y certificaciones. Sin una definición sólida, el término «regenerativo» corría el riesgo de ser objeto de «greenwashing» (maquillaje verde) para incluir prácticas agrícolas que aún utilizan fertilizantes químicos intensivos y pesticidas, careciendo así de significado real e integridad. Muchos consideran que esto es lo que le sucedió al término «sustentable». Para evitarlo, Dr. Bronner's se unió con aliados clave, entre ellos Patagonia, el Instituto Rodale, ONG, agricultores y ganaderos, para desarrollar un estándar riguroso que defina la agricultura regenerativa tomando lo orgánico como punto de referencia e incluya el comercio justo y el bienestar animal. El resultado es uno de los sistemas de certificación más completos y holísticos para construir un futuro agrícola más resiliente, equitativo y respetuoso con el clima.

La mayoría de la gente, al oír «regenerativo», piensa en la salud del suelo, pero la idea de regeneración debe entenderse de manera más amplia. No se trata solo de mejorar los suelos, sino de hacer de la agricultura un medio de vida viable y digno. La Certificación Orgánica Regenerativa (ROC) es la única certificación regenerativa que incluye requisitos de comercio justo y de trabajo justo , ya que la agricultura verdaderamente regenerativa depende de que los agricultores cuenten con la seguridad, los recursos y la voz necesarios para asumir riesgos, adaptar nuevas prácticas y cuidar su tierra, a sus trabajadores y a sus animales de manera adecuada a largo plazo. Y esto es exactamente lo que construye el comercio justo: estabilidad financiera mediante el pago de precios mínimos y primas; la creación de oportunidades al brindar a los productores marginados acceso a los mercados, a la participación económica y a los ingresos; y el desarrollo de capacidades a través de capacitación y apoyo de asesoría.

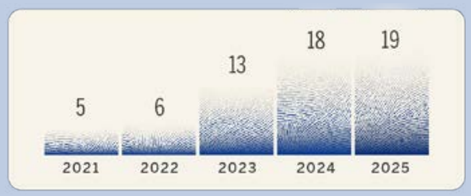
La certificación ROC no solo ayuda a generar precios más altos para los cultivos comerciales de los agricultores, sino que, lo que es más importante, respalda la seguridad alimentaria en las comunidades locales y hace que las granjas sean más resilientes. El Comercio Justo y la certificación ROC hacen más que mejorar la forma en que se practica la agricultura hoy en día; ayudan a determinar si la agricultura seguirá siendo una opción en el futuro.

Socios certificados por ROC en 2026*

19

5 ANTERIORMENTE

+280% DESDE 2021



**Número acumulado de socios a los que se ha brindado apoyo para obtener la certificación ROC.*

Desde que se lanzó el programa piloto de ROC en 2018, Dr. Bronner's ha ayudado a todos nuestros proveedores de los principales ingredientes agrícolas a obtener la certificación ROC y ha contribuido significativamente al desarrollo del movimiento orgánico regenerativo. Pero no nos detenemos aquí: nuestro objetivo es abastecernos de nuestros ingredientes principales con calidad ROC, hacer la transición de ingredientes secundarios, como el aceite esencial de eucalipto, a ROC, y desarrollar proveedores de respaldo. ¡Así que estén atentos a aún más productos ROC en los próximos años!







Dr. Bronner's y varias ONG asociadas fundan la Alianza Orgánica Regenerativa

2017

Dr. Bronner's participa en un programa piloto de certificación de tres ingredientes clave (aceite de coco de Serendipol en Sri Lanka, aceite de palma de Serendipalm en Ghana y aceite de menta de Pavitramenthe en la India)

2019

Los Jabones Mágicos líquidos y en barra de Dr. Bronner's se elaboran con aceites con Certificación Orgánica Regenerativa (ROC), tal como se indica en la parte frontal de las etiquetas de los productos

2024

Los ingredientes secundarios de Dr. Bronner's se irán adaptando a la certificación ROC

2026 – 2028

2018

Se presenta oficialmente el estándar de Certificación Orgánica Regenerativa (ROC)

2020

El primer producto de Dr. Bronner's con certificación ROC (aceite de coco virgen de grano entero y blanco) llega a las tiendas

2026

Todos los ingredientes principales de Dr. Bronner's cuentan con la certificación ROC





El camino de Dr. Bronner's hacia la certificación orgánica regenerativa

NUESTRA TIERRA



Si bien reconocimos que nuestra huella de carbono es una herramienta de datos importante, comenzamos a darnos cuenta de que también es bastante complicada y limitada, y que, en última instancia, el verdadero valor de gestionarla radica en cómo la utilizamos para tomar medidas y ayudarnos mutuamente a prosperar en nuestro precioso, compartido y cada vez más cálido planeta.

En busca de una acción climática significativa

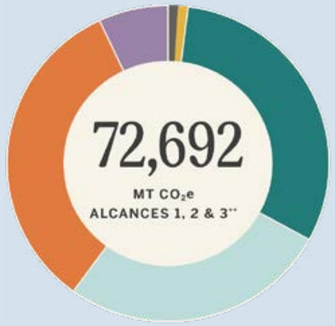
POR DARCY SHIBER-KNOWLES, VICEPRESIDENTA DE SUSTENTABILIDAD OPERACIONAL E INNOVACIÓN

Quizás conozcas el dicho común en el mundo de los negocios: no se puede gestionar algo si no se mide. Cuando me incorporé a Dr. Bronner's en 2013, nunca habíamos medido nuestra huella de carbono ni tomado medidas para reducir las emisiones de manera intencional. Por eso, nos propusimos medir y reportar nuestras emisiones como un primer paso clave para gestionarlas de manera responsable.

Desde entonces, cada año hemos seguido midiendo minuciosamente nuestra huella de carbono, con una precisión cada vez mayor a medida que mejoran la tecnología, la metodología, las mejores prácticas de la industria y la visibilidad. Y desde hace más de diez años, hemos reportado de manera voluntaria y pública toda nuestra huella de emisiones, incluyendo los Alcances 1, 2 y 3, en nuestro informe All-One!, aprendiendo algunas lecciones importantes en el camino.

En primer lugar, aprendimos que, al igual que la mayoría de las empresas, la gran mayoría de nuestras emisiones se enmarcan en lo que se conoce como nuestro Alcance 3: forman parte de nuestra actividad comercial, pero están fuera de nuestro control inmediato en nuestra fábrica o en nuestras decisiones sobre el suministro eléctrico. De hecho, el cultivo y el procesamiento de nuestros ingredientes agrícolas —incluso los certificados como orgánicos o orgánicos regenerativos—, así como el transporte de nuestras materias primas y productos, suman en conjunto más del 60 % de nuestras emisiones. En segundo lugar, mientras trabajábamos para reducir las emisiones donde pudiéramos, también aprendimos que no íbamos a poder reducir nuestras emisiones a cero en el corto plazo; el simple hecho de seguir operando generaría un impacto de carbono medible. Y en tercer lugar, aprendimos que nuestra huella de fabricación es relativamente pequeña a escala empresarial global, pero que hay muchos sistemas que emiten carbono a nuestro alrededor. Por ejemplo, si nuestros clientes usan agua caliente para lavarse con nuestros jabones, es probable que la energía utilizada para calentar el agua genere muchas más emisiones de carbono que los productos en sí; de hecho, descubrimos que nuestra dependencia global y sistémica de los combustibles fósiles y las industrias que impulsan esa dependencia son, en última instancia, las que están provocando la desestabilización climática. Si bien reconocimos que nuestra huella de carbono es una herramienta de datos importante, comenzamos a darnos cuenta de que también es bastante complicada y limitada; en última instancia, el verdadero valor de medir nuestra huella de carbono radica en cómo usamos esa información para tomar medidas y ayudarnos mutuamente a prosperar en nuestro precioso, compar-tido y cada vez más cálido planeta. Para asumir la plena responsabilidad del impacto climático de nuestra empresa, necesitaríamos un enfoque diferente al de simplemente medir para gestionar.

Emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) de Dr. Bronner's en 2025*



- **Alcance 1**
  Emisiones directas en las instalaciones, 705 MT CO_2e, 1%
- **Alcance 2**
  *Emisiones indirectas relacionadas con la energía (según la ubicación), 547 MT CO_2e**, 1%*
- **Alcance 3, Categoría 1**
  Bienes y servicios agrícolas procesados adquiridos, 19,592 MT CO_2e, 27%
- **Alcance 3, Categoría 1**
  Bienes y servicios no agrícolas adquiridos, 22,682 MT CO_2e, 31%
- **Alcance 3, Categoría 4 & 9**
  Transporte en las etapas previas y posteriores, 24,272 MT CO_2e, 33%
- **Alcance 3**
  Otras categorías de la cadena de valor, 4,894 MT CO_2e, 7%

**Las emisiones totales de Dr. Bronner's para 2025, basadas en la ubicación, son de 72 692 MT de CO_2e. Nuestras emisiones totales basadas en el mercado son de 72 145 MT de CO_2e. **Las emisiones se clasifican en tres alcances según el Protocolo de Gases de Efecto Invernadero: el Alcance 1 abarca las emisiones directas de fuentes propias o controladas (por ejemplo, vehículos de la empresa, calderas de las instalaciones). El Alcance 2 abarca las emisiones indirectas derivadas de la generación de la electricidad comprada que consume la empresa. El Alcance 3 incluye todas las demás emisiones indirectas que se producen en la cadena de valor de una empresa, tales como bienes adquiridos, viajes de negocios y uso de productos. Por lo general, es el alcance más amplio y se divide a su vez en 15 subcategorías. ***Las emisiones de Alcance 2 de Dr. Bronner's, basadas en la ubicación, son de 547 MT de CO_2e. Nuestras emisiones de Alcance 2, basadas en el mercado, son de 0 MT de CO_2e.*

Decidimos que seguiríamos midiendo, reportando y reduciendo nuestras emisiones tanto como fuera posible. Pero también queríamos asumir la responsabilidad financiera por las emisiones que aún no hemos logrado reducir o eliminar, e invertir en proyectos que no solo reduzcan o capturen carbono, sino que también generen beneficios colaterales —beneficios naturales, sociales o económicos— para las comunidades donde se lleva a cabo ese trabajo relacionado con el carbono. Sabemos que el planeta se está calentando, y que las personas y los ecosistemas más afectados por la crisis climática necesitan apoyo para ser resilientes.

Por eso, en 2025 lanzamos el Fondo Climático All-One! y destinamos 500,000 dólares a proyectos a lo largo de nuestra cadena de valor y más allá de ella. Apoyamos la plantación de olivos orgánicos en la Cisjordania ocupada, instalamos paneles solares en las plantas de fabricación de nuestros proveedores y expandimos la agrosilvicultura dinámica en Ghana; impulsamos programas de eficiencia energética en nuestra planta de fabricación de California; adquirimos compensaciones transparentes que permitieron la implementación de estufas limpias en Uganda; e invertimos en proyectos de restauración y conservación de pastizales, selvas tropicales y bosques en la India, Nicaragua y las tierras tribales de la Tribu Choctaw de Misisipi en América del Norte. De cara al futuro, estableceremos un precio interno al carbono, lo que nos ayudará a asumir la plena responsabilidad financiera a través de nuestro Fondo Climático por lo que emitimos, y continuaremos trazando un rumbo para reducir nuestras emisiones tanto como sea posible.

Pero también sabemos que hay que trabajar en cambios a nivel de sistemas. El «Purpose Pledge», que ayudamos a establecer en 2025, es una comunidad de aprendizaje que tiene un enorme potencial para la promoción de políticas, la innovación colaborativa y la transformación disruptiva de la industria en torno a problemas climáticos sistémicos aparentemente insolubles, como el transporte y la dependencia de los combustibles fósiles por parte de la industria energética. Esperamos llegar aún más lejos como comunidad, aprender unos de otros y seguir desarrollando nuestro enfoque de negocios responsables en nuestro planeta compartido y en calentamiento.

Iniciativas del Fondo Climático «All-One! 2025» de Dr. Bronner's

Iniciativas del Fondo Climático	Total financiado 2025
Expansión de la Agroforestería Dinámica (DAF) en Ghana	$336,914
Instalación de un sistema fotovoltaico (PV) en Serendipalm (Ghana)	$67,086
Plantación de huertos «Tree for Life» en Palestina	$50,000
Compensación de emisiones de Alcance 1	$24,108
Mejoras en la eficiencia energética en la sede central	$21,892
Total	$500,000

Recargando hacia la circularidad

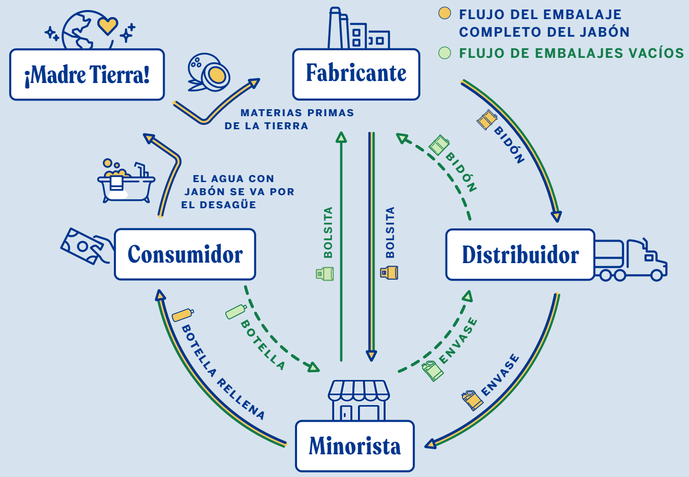
POR LAURA AUNG, GERENTE DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO, Y JESSIE FRANCO, INGENIERA SENIOR DE EMBALAJE

Para las personas, dejar de usar plástico puede parecer casi imposible. Documentales, artículos de prensa y estudios recientes refuerzan los impactos nocivos del plástico en nuestros cuerpos y en el planeta, y subrayan lo difícil que es alejarse de este material omnipresente. Como empresa de productos de consumo (CPG), escuchamos las preocupaciones de nuestros clientes y seguimos explorando alternativas, incluso mientras las soluciones de la industria aún están en evolución.

Vivir y trabajar de manera más sostenible, tanto a nivel personal como para Dr. Bronner's como empresa, es un proceso continuo. Hoy estamos dando pasos significativos mientras seguimos trabajando para lograr soluciones e es a largo plazo. Por eso nos entusiasman tanto las innovadoras opciones de recarga. La recarga ofrece una alternativa simple a las prácticas de consumo convencionales al prolongar el uso de los recursos, conservar los materiales y reducir los desechos.

Aunque desde hace tiempo vendemos los jabones líquidos de Dr. Bronner's en las secciones de productos a granel de los supermercados —y esas secciones promueven la reutilización entre los clientes—, es posible que las tiendas no estén reutilizando los envases en los que se vende el jabón. Como marca, queríamos hacer más. En 2022, lanzamos nuestra primera estación de recarga verdaderamente circular a través de un programa piloto en Jimbo's Naturally, una tienda local de productos naturales en San Diego, cerca de nuestra sede central. Al devolver y reutilizar una y otra vez en nuestra fábrica los envases a granel que abastecen a las estaciones de recarga, estas nuevas estaciones promueven la circularidad tanto para los clientes, las tiendas y los distribuidores, como para Dr. Bronner's como fabricante. Hoy en día, nos hemos expandido a 17 estaciones de recarga circulares de la marca Dr. Bronner's en tiendas de comestibles, escuelas y cooperativas de toda California. En 2025, los clientes de estos establecimientos evitaron 925 libras de plástico al rellenar en las estaciones en lugar de comprar botellas nuevas. Ese mismo año, el 70 % de las compras en las estaciones de recarga provinieron de clientes que rellenaron una botella existente en lugar de comprar una nueva. Rellenar no solo es una opción más sostenible, sino que también tiene sentido desde el punto de vista comercial.

Cadena de suministro circular del jabón Dr. Bronner's



El refill es la opción sostenible:

- ¡Las tiendas con estaciones de recarga de Dr. Bronner's registraron un aumento en las ventas de más del 50 %!
- Se han evitado más de 400,000 libras de plástico desde 2023 gracias a que los clientes optaron por envases de cartón en lugar de botellas.
- En 2025, el 70 % de las compras en las estaciones de recarga correspondieron a clientes que rellenaban su botella en lugar de comprar una nueva.

El reabastecimiento, como cualquier acción de sostenibilidad, es un paso en un camino, y no todos los consumidores están listos para llevar sus botellas vacías de regreso a la tienda para una experiencia de reabastecimiento en el local. Para ayudar a alentar a todos los clientes a reducir el plástico, lanzamos nuestros envases de recarga de papel en 2023. Estos envases ofrecen una opción de uso único más respetuosa con el medio ambiente que los consumidores pueden utilizar para rellenar las duraderas botellas de plástico de Dr. Bronner's u otros envases de su elección. Desde el lanzamiento, los clientes que eligen los envases de papel en lugar de las botellas han evitado más de 400,000 libras de plástico. También nos emociona y enorgullece que muchas otras marcas de productos líquidos de cuidado personal y limpieza hayan lanzado formatos de recarga en envases de papel desde 2023; creemos que cuantas más marcas ofrezcan recargas, más se normalizará este comportamiento, más crecerá la demanda y más se desplazará la cultura hacia la circularidad para lograr cero residuos.



Nuestro progreso hasta ahora ha traído logros significativos y lecciones importantes, pero el trabajo está lejos de terminar. Como parte de nuestro compromiso con la circularidad para cero residuos y el «Purpose Pledge», ahora estamos buscando la certificación TRUE. La certificación TRUE alienta a las empresas a seguir la jerarquía de cero residuos, que identifica el rediseño y la reducción como prioridades principales. A través de nuestros envases de cartón para recarga y nuestras estaciones de recarga, estamos poniendo en práctica ambas prioridades en el mercado con nuestros productos. Además de mejorar el diseño y los materiales de los productos y envases, seguiremos monitoreando el progreso en el diseño de materiales, la reducción y una mejor clasificación de residuos en nuestras fábricas. Esperamos seguir avanzando en nuestro camino hacia la sostenibilidad y, en los próximos años, priorizar el rediseño y la reducción también desde la perspectiva de la fabricación.



En 2025, 70 % de las compras en los puntos de recarga fueron de clientes que rellenaban su botella en vez de comprar una nueva.

NUESTRA COMUNIDAD



Nuestros empleados aportan perspectivas, experiencias y vínculos con la comunidad que los líderes por sí solos tal vez no tengan. Nos ayudan a comprender qué organizaciones están marcando una diferencia significativa y dónde nuestro apoyo puede tener el mayor impacto. El resultado es un enfoque más integral de la filantropía que refleja los valores de toda nuestra empresa.

Involucrar a la comunidad a través de iniciativas de donaciones de los empleados

POR ALISSA HAUSER, DIRECTORA DE FILANTROPÍA

Quienes están más cerca de un problema suelen saber mejor cómo abordarlo: este fue el impulso para establecer los Círculos de Donaciones de los Empleados en 2023. Los empleados con experiencia de primera mano pueden ayudar a tomar decisiones filantrópicas oportunas, relevantes, y bien pensadas.

«Nuestros empleados aportan perspectivas, experiencias y vínculos con la comunidad que el equipo directivo por sí solo tal vez no tenga. Nos ayudan a comprender qué organizaciones están marcando una diferencia significativa y dónde el apoyo puede tener el mayor impacto. El resultado es un enfoque más integral de las donaciones que refleja los valores de toda nuestra empresa».

—Michael Bronner, presidente de Dr. Bronner's



Adam Eidinger (a la izquierda) y David Bronner (a la derecha) plantando árboles con «Combatientes por la Paz>>, una organización beneficiaria de Dr. Bronner's, en Al Makhrur, Cisjordania ocupada, Palestina.

En 2025, a través de nuestras iniciativas de donaciones de empleados, Dr. Bronner's donó 278,700 dólares (aproximadamente el 6 % del total de donaciones) a 38 organizaciones. Contamos con siete círculos de donaciones de empleados únicos y un programa de donaciones en el que todos los empleados pueden participar al proponer y votar por las organizaciones que recibirán financiamiento.

Los empleados se convierten en donantes

Las iniciativas de donaciones de los empleados empoderan a los trabajadores y, al mismo tiempo, profundizan su comprensión de la filantropía. En 2025, más del 25 % de nuestro personal asistió a nuestra serie de capacitación, que abarcó: cómo recaudan fondos las organizaciones sin fines de lucro, la evaluación del impacto, el desarrollo de relaciones basadas en la confianza y cómo Dr. Bronner's toma sus decisiones de donación.

Carsen, miembro de nuestro Círculo de Donaciones por los Derechos Trans, comenta que, gracias a esta capacitación en filantropía, «tengo más confianza al donar mi tiempo y mi dinero a causas que me importan». Carsen ahora se desempeña como líder voluntario local para una organización nacional de derechos trans.

Rafi, un israelí-estadounidense que participa en nuestro Círculo de Donaciones para Palestina e Israel, aprendió que «la filantropía tiene que ver tanto con las relaciones como con el dinero». Al trabajar junto a palestinos en el proceso de donaciones, ha adquirido nuevas perspectivas y relaciones. «La filantropía, si se practica bien, puede ser una oportunidad para que los donantes y los beneficiarios aprendan unos de otros», dice Rafi

Las donaciones de los empleados fortalecen el lugar de trabajo

Según el Estudio de Compromiso de Benevity, realizado con más de 2 millones de empleados de 118 empresas, la rotación de personal disminuye en un 57 % en promedio cuando los empleados participan en donaciones y voluntariado en el lugar de trabajo. Otros estudios indican que los empleados que participan en programas de donaciones tienen hasta tres veces más probabilidades de permanecer en sus puestos de trabajo.

Felicia, gerente de Adquisición de Talento, subraya estos datos en su labor de reclutamiento y retención de empleados: «Dar voz a los empleados en las decisiones sobre donaciones aumenta su lealtad hacia Dr. Bronner's», confirma.

Los círculos de donaciones también pueden fortalecer los lazos entre los empleados. Bertine, vicepresidenta de Compromiso y Experiencia Magic Foam de Dr. Bronner's, compartió que el Círculo de Donaciones por la Justicia Racial «BE A JEDI» profundizó el sentido de conexión de los participantes con el impacto que generan más allá de su trabajo cotidiano. «Tener una voz colectiva refuerza nuestro compromiso con la equidad y la inclusión, al tiempo que fortalece nuestras relaciones entre nosotros», dice Bertine.

Tanya, miembro del equipo de finanzas y donante de órganos en vida, señaló que participar en nuestro Círculo de Donaciones para la Donación de Órganos es una forma poderosa de crear conciencia: «Si puedo usar esta plataforma para inspirar a una sola persona elegible a ser donante en vida, entonces habré logrado algo verdaderamente significativo».

La filantropía puede ser mucho más que firmar cheques. Al centrarnos en las experiencias vividas y aprender juntos, tomamos decisiones de financiamiento más sólidas, profundizamos las relaciones y fortalecemos la comunidad. ¡TODOS SOMOS UNO!

Gastos en participación comunitaria en 2025

La participación comunitaria ha formado parte de la misión de Dr. Bronner's desde que se fundó la empresa, y seguimos operando nuestro negocio como un motor de cambio social y ambiental positivo. Gran parte de ello se define por la forma en que utilizamos nuestros recursos. A través de la filantropía, los proyectos comunitarios de comercio justo, las donaciones de productos y la defensa de causas, dedicamos todas las utilidades que no son necesarias para el negocio a causas en las que creemos y retribuimos a las comunidades y los ecosistemas de los que depende nuestro negocio. La siguiente tabla resume nuestras contribuciones en las categorías de compromiso comunitario definidas por el Compromiso de Propósito. En conjunto, estas inversiones representan el 5,23 % de los ingresos netos de la empresa.

$13.1M

5.23% DE LOS INGRESOS



**Las primas de comercio justo también se reportan en el marco del compromiso de integridad de la red de suministro. **Las compensaciones de carbono y los certificados de energía renovable también se reportan en el marco del compromiso de acción climática.*

NUESTRA MISIÓN

Al mirar hacia atrás, llegué a Dr. Bronner's para ayudar a plasmar nuestras causas y valores en campañas con las que el público pudiera identificarse. Hoy, veo ese mismo trabajo desde una perspectiva diferente: ayudar a las personas a conectar su trabajo diario con la misión que, en primer lugar, nos trajo a tantos de nosotros aquí.

Desarrollo de capacidades y traducción de la misión

POR CHRISTINA VOLGYESI, DIRECTORA DE MARKETING

Si les preguntas a nuestros empleados por qué trabajan para Dr. Bronner's, muchos te dirán que es por nuestra misión. En mi caso, eso fue sin duda así.

En 2010, me uní a Dr. Bronner's para ayudar a crear una campaña de marketing con causa que legalizara el cultivo industrial de cáñamo. Mi trabajo consistía en plasmar el activismo de la empresa en una campaña con la que el público pudiera identificarse.

Con el tiempo, a medida que asumíamos nuevas causas, mi rol fue evolucionando. Nuestro equipo de mercadotecnia pasó de ser una sola persona a convertirse en un departamento multifacético de más de 25 personas, y la empresa creció hasta superar los 450 empleados. En el camino, me encontré reflexionando sobre un tipo diferente de traducción y sobre la importancia de ayudar a las personas a conectar su trabajo diario con la misión que, en primer lugar, nos trajo a tantos de nosotros aquí.

Lo llamamos «Soap and Soul» —la comprensión de que nuestros productos hacen posible nuestro activismo y nuestra defensa de causas, y que nuestra misión le da un propósito más profundo a los productos que fabricamos—. He llegado a darme cuenta de que preservar esa conexión no ocurre automáticamente. Requiere intención.

Esta toma de conciencia ha moldeado mi forma de pensar sobre el liderazgo y la cultura empresarial. La misión de una empresa no es algo que se comunica una sola vez en una reunión de personal. La misión abarca valores, cultura, principios y legado. Todas estas cosas se vuelven parte de la forma en que las personas aprenden, colaboran, toman decisiones y contribuyen a la empresa.

Por eso el Compromiso n.º 10 del «Purpose Pledge», el desarrollo de capacidades, me resuena tan profundamente. El desarrollo de capacidades es el proceso de desarrollar el conocimiento, las habilidades, los sistemas y los recursos que permiten a las personas u organizaciones desempeñarse de manera efectiva, adaptarse al cambio y alcanzar sus objetivos. Cuando desarrollamos capacidades en nuestra empresa, una parte importante de ello consiste en ampliar la capacidad de nuestros empleados para encarnar y representar nuestra misión, así como lo que defendemos y en lo que creemos.



Líderes y coordinadores del Purpose Pledge de Dr. Bronner's: Primera fila: La-Rene Malcolm, Diana Cohen, Michael Bronner, Darcy Shiber-Knowles, Lani Ready, Ryan Zinn, Christina Volgyesi, Les Szabo. Segunda fila: Fatimah Iwanik (coordinadora), Kevin Lee, David Bronner (de izquierda a derecha). No aparece en la foto: Alissa Hauser.

Programa piloto «Purpose Pledge»

Durante el último año, Dr. Bronner's participó en el programa piloto «Purpose Pledge» y se convirtió oficialmente en una empresa miembro de «Purpose Pledge». Ayudamos a crear este marco porque creemos que un impacto significativo no solo depende de nuestras ambiciones, sino también de nuestra capacidad colectiva para poner en práctica nuestros valores juntos.

6 Compromisos Respaldados
PROGRAMA PILOTO PURPOSE PLEDGE 2025

2 Estudios de Caso Presentados Anualmente
COMPROMISO CON LA COMUNIDAD A PARTIR DE 2027

Hoy en día, estamos integrando nuestros compromisos de «Purpose Pledge» en la incorporación de nuevos empleados, las capacitaciones y las comunicaciones internas, para que los empleados tengan la oportunidad de comprender los compromisos, ver cómo se relacionan con su trabajo y forjar relaciones en toda la organización. También estamos creando oportunidades para que nuestros empleados se conecten con marcas miembros de «Purpose Pledge» que están enfrentando oportunidades y desafíos similares. Estas conexiones nos brindarán apoyo y aliento mientras trabajamos para alcanzar las metas que establecimos en nuestro plan de tres años en los diez compromisos, además de ayudarnos a rendir cuentas.

Al mirar hacia atrás, llegué a Dr. Bronner's para ayudar a plasmar nuestras causas y valores en campañas con las que el público pudiera identificarse. Hoy, veo ese mismo trabajo desde una perspectiva diferente: ayudar a las personas a conectar su trabajo diario con la misión que nos trajo a tantos de nosotros aquí en primer lugar.

La misión de una empresa no se amplía por sí sola a medida que el negocio crece. Su misión y sus valores se amplían a través de su gente. El compromiso duradero con esos valores se construye invirtiendo en los empleados mediante oportunidades, apoyo y experiencias compartidas que profundizan su conexión con la misión. A medida que esa conexión crece, también lo hace nuestro impacto colectivo.

ALL-ONE!

Explora los datos que hay detrás de las historias, las conclusiones clave y los resultados:

Ver datos de All-One 2026



Fotografía de la portada y de las páginas 2, 21 y 26 a cargo de Francesca Forquet