

DE & THE Heart Journey



Índice

INTRODUCCIÓN	02
NUESTRO PROGRAMA DE&I HEART JOURNEY	03
UN LUGAR DE TRABAJO INCLUSIVO PARA NUESTROS EMPLEADOS	07
UN ESPACIO ACOGEDOR PARA NUESTROS CONSUMIDORES	14
UN SOCIO PARA NUESTRAS COMUNIDADES	19
HACIA EL FUTURO	24
APÉNDICE	27

Una nota de nosotros para ti

En Sephora, nuestra misión de diversidad, equidad e inclusión (DEI) es fundamental para quienes somos como marca. Defendemos con valentía todos los tipos de belleza y creamos entornos inclusivos para nuestros empleados, consumidores y comunidades.

Hace casi tres años, iniciamos nuestra campaña “We Belong to Something Beautiful” (Pertenece a algo hermoso), en la que demostramos nuestros valores consolidados de diversidad, equidad e inclusión. Me enorgullece decir que, desde el lanzamiento, nos hemos comprometido con permitir que Sephora sea un lugar al que todos pertenecen y hemos perfeccionado nuestras prácticas internas para respaldar de mejor forma a nuestros consumidores y comunidades en todas partes.

También hemos tomado activamente las medidas necesarias para abordar las inequidades del sistema que perjudican el mundo y la cultura de la belleza en general. Nuestro objetivo ha sido convertirnos en un líder de cambio y ayudar a otros en el comercio minorista a tomar medidas. En junio del 2020, renovamos nuestro compromiso con permitir que Sephora sea un espacio más representativo, inclusivo y equitativo para los integrantes de nuestros equipos, nuestros consumidores y la comunidad de belleza en general.

Hemos puesto en práctica este compromiso a través de una estrategia integral de DEI: nuestro programa Sephora DE&I Heart Journey. A fin de convertirnos en un lugar acogedor para todos, hemos centrado nuestros esfuerzos no solo en la contratación, el perfeccionamiento y la capacitación, sino también en el marketing, la gama de productos y la experiencia en la tienda, y sabemos que no somos los únicos en este afán.

Mediante nuestras 11 iniciativas de DEI, hemos logrado emocionantes avances en estas áreas, que compartimos públicamente en nuestro Informe de progreso de diversidad, equidad e inclusión de julio del 2021. Hoy, nos complace compartir un informe anual de DE&I Heart Journey del 2022 más exhaustivo para profundizar en nuestras iniciativas de DEI e impacto en los grupos de DEI.

Hay mucho trabajo que hacer, pero me llena de orgullo lo lejos que hemos llegado y de nuestra voluntad de aún avanzar más. Nos motiva nuestro progreso y esperamos compartir actualizaciones en el futuro, a medida que seguimos avanzando en este importante trabajo.

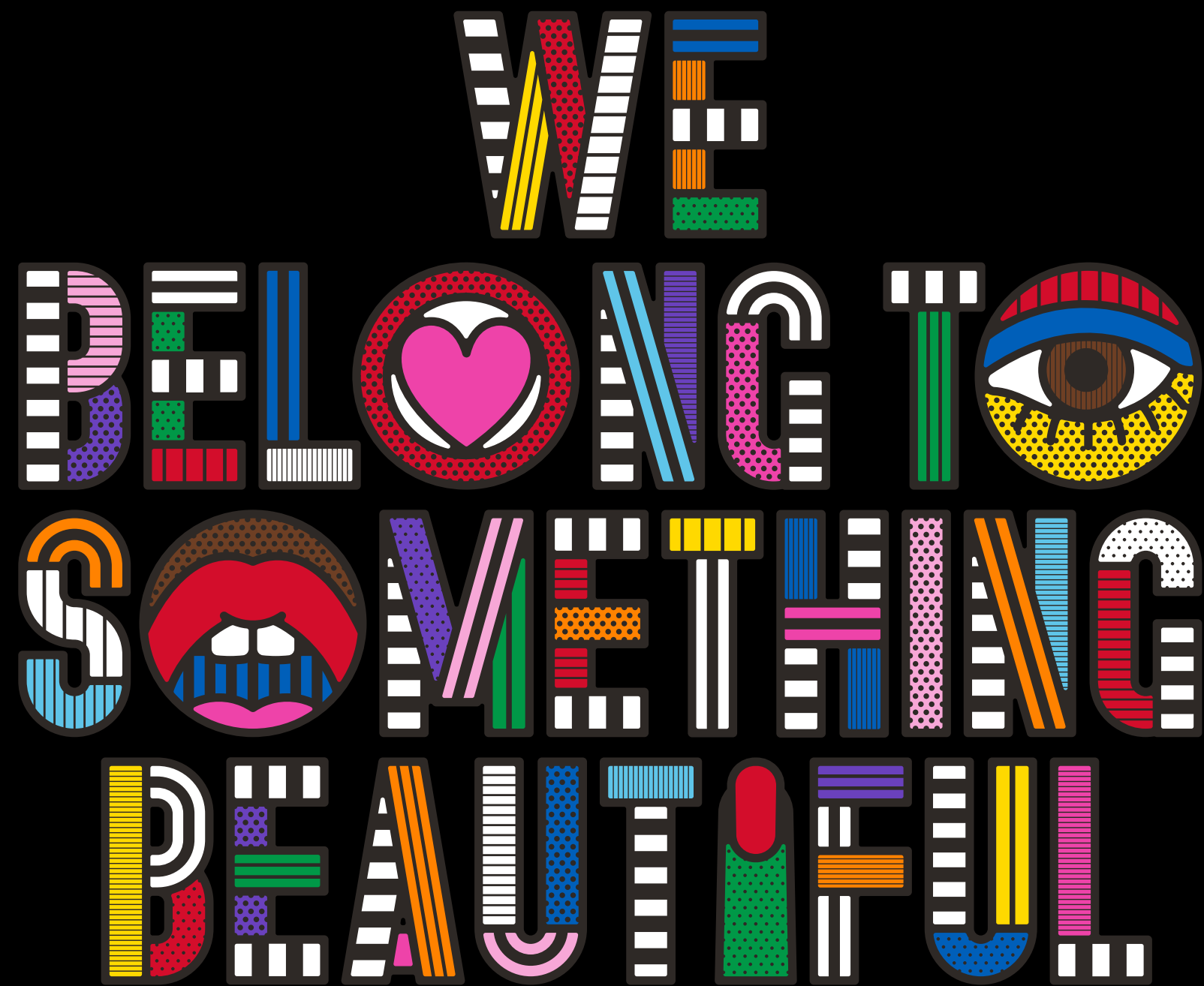


**George-Axelle
Broussillon Matschinga**

Vicepresidenta de
Diversidad, Equidad e Inclusión
Sephora, Estados Unidos

A woman wearing a pink hijab and a black face mask is engaged in a conversation with a man wearing glasses and a black face mask. They are in a cosmetics store, with shelves of various beauty products visible in the background. The woman is holding a small product, and the man is looking at it. The scene is overlaid with a semi-transparent blue filter.

Nuestro programa DE&I Heart Journey

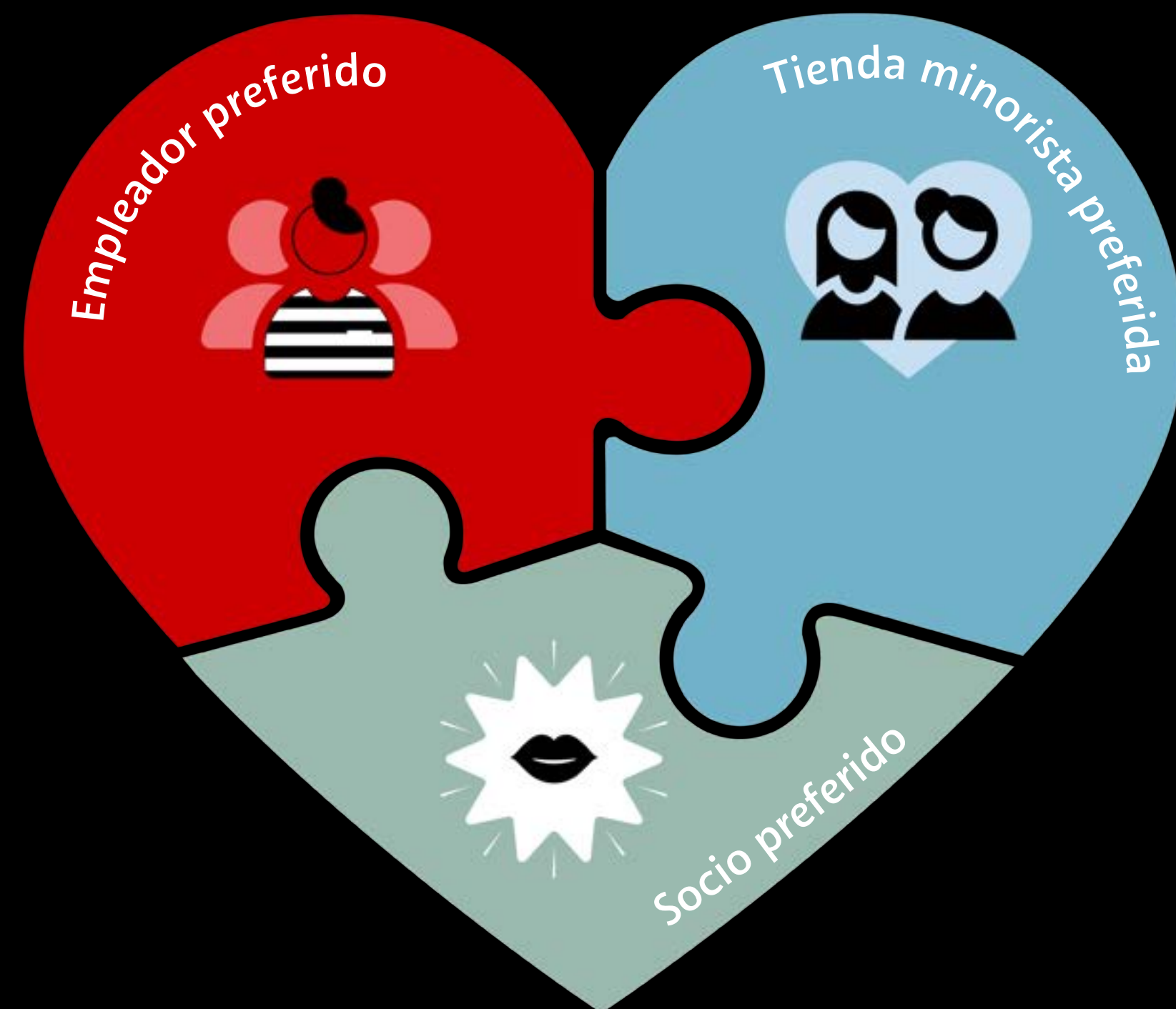


Sephora cree en la defensa de todo tipo de belleza, en vivir con audacia y en permanecer juntos con valentía para celebrar nuestras diferencias. La diversidad, equidad e inclusión son los valores fundamentales que impulsan todas las áreas de nuestra empresa.

Nunca dejaremos de construir una comunidad en la que se espera diversidad, se honra la autoexpresión, todos son bienvenidos y tú estás incluido. Esta misión fundamenta nuestra plataforma de marca, “We Belong to Something Beautiful”, que es nuestro

principio rector y motiva todo lo que hacemos. Porque mientras más personas tengan ese sentido de pertenencia, es más probable que todo el mundo aproveche los beneficios de su grandeza única.

Para que todo sea posible, hemos adoptado un enfoque que se centra en objetivos clave: Once iniciativas de DEI y seis grupos de DEI, en los que, además de personas de color, se incluyen mujeres, personas con discapacidades, personas LGBTQIA+, padres que trabajan, millennials y personas de más de 50 años.

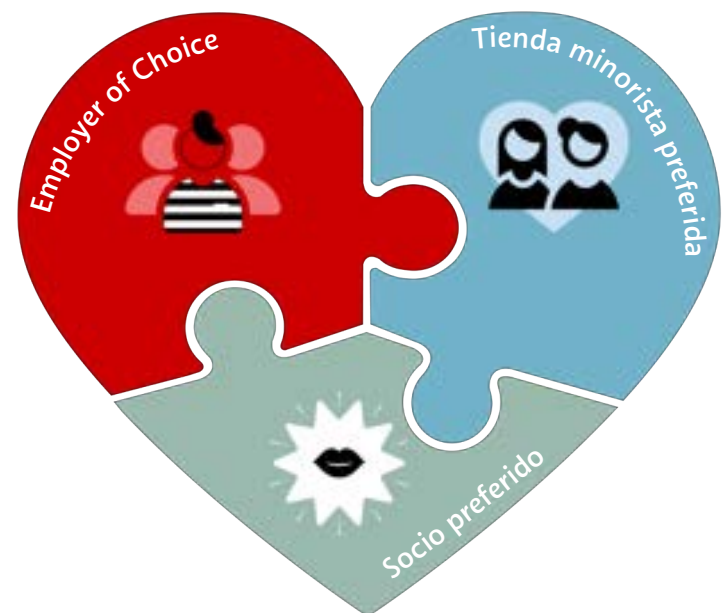


VISIÓN

Convertirse en el defensor de la diversidad, equidad e inclusión en el sector de comercio minorista (de belleza).

MISIÓN

Defender con valentía todos los tipos de belleza y crear entornos inclusivos para empleados, consumidores y comunidades.



Nos centramos en tres pilares clave

EMPLEADOS

Nuestros empleados son un grupo inspirador de personas con orígenes y experiencias ampliamente variados. Son clave para quiénes somos como marca y para nuestra ambición de cultivar la inclusión.




CONSUMIDORES

A fin de proporcionar el nivel de servicio que mereces, creamos experiencias acogedoras, inclusivas y accesibles. De esa manera, puedes defender tu belleza con orgullo y valentía.

COMUNIDADES

Nuestras comunidades están conformadas por marcas, proveedores y organizaciones benéficas que reflejan nuestras diversas poblaciones e incluyen a aquellos que facultan y apoyan a otros.

Para implementar y priorizar nuestras 11 iniciativas de DEI, presentamos un comité directivo ejecutivo de DEI, cuyo objetivo es hacernos responsables de forma interna.

	NUESTRAS INICIATIVAS DE DEI	NUESTROS OBJETIVOS DE DEI
 Empleador preferido	Contratación diversa	Atraer, reclutar y retener a los talentos poco representados en términos de liderazgo
	Fomento del liderazgo corporativo	Garantizar un acceso equitativo a experiencias y oportunidades que respaldan el fomento del liderazgo en nuestras oficinas
	Fomento del comercio minorista	Garantizar un acceso equitativo a experiencias y oportunidades que respaldan el fomento del liderazgo en nuestras tiendas
	All Abilities Hiring	Implementar la iniciativa Sephora All Abilities Hiring (contratar todo tipo de habilidades) en todos los centros de distribución
	Aprendizaje y compromiso permanentes	Crear lugares de trabajo inclusivos y antirracistas por medio de capacitaciones en DEI, grupos de recursos para empleados (ERG) e historias de DEI
	Recompensas equitativas	Proporcionar recompensas equitativas (beneficios y compensación) a todos
 Tienda minorista preferida	Experiencia en la tienda	Abordar y disminuir los prejuicios inconscientes en nuestras tiendas
	Marketing inclusivo	Impulsar el marketing inclusivo y la representación diversa en nuestras plataformas para potenciar todas las formas de belleza
 Socio preferido	Compromisos con organizaciones benéficas	Aumentar la conciencia y el respaldo de nuestras 12 organizaciones benéficas de interés
	Diversidad marcas y productos	Respaldar a la organización 15 Percent Pledge y aumentar la cuota de las marcas de propiedad negra
	Diversidad de proveedores	Aumentar el gasto con proveedores poco representados



Un lugar de trabajo inclusivo para nuestros empleados

Nuestro compromiso con lograr que nuestro lugar de trabajo sea un espacio inclusivo

Sin nuestros empleados, nada de esto sería posible. Sephora está comprometida con la implementación de una serie de iniciativas diseñadas para atraer, desarrollar y respaldar a una fuerza laboral diversa.

Queremos que nuestros empleados se sientan seguros y respaldados todos los días, y sientan que trabajar aquí es más que un trabajo.

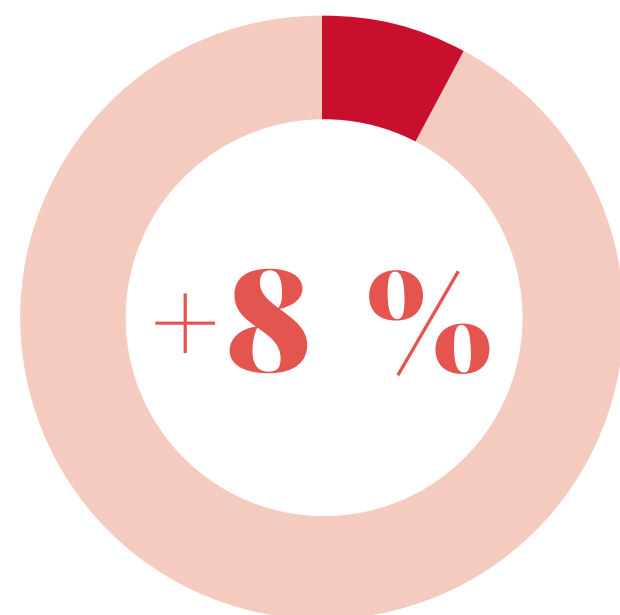
Mediante el perfeccionamiento de la equidad, la capacitación y la contratación inclusiva, crearemos un entorno inclusivo, imparcial y accesible, y un sentido de pertenencia para todos nuestros empleados. Esto ayudará a diversificar nuestra fuerza de trabajo, desde el nivel básico hasta el liderazgo, y garantizará que estos valores se mantengan en todos los niveles dentro de la organización.



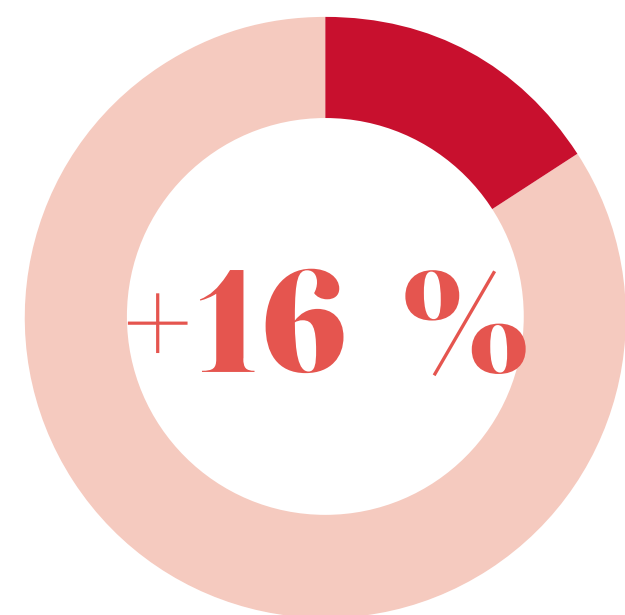
Contratación diversa

En lo que respecta a la contratación, siempre nos aseguramos de que nuestro grupo de candidatos tenga una amplia gama de orígenes y experiencias. Con una mentalidad de diversidad como prioridad, podemos construir una fuerza de trabajo más inclusiva y comprender de forma más fiel a nuestros consumidores.

Acogemos a todos los candidatos y creemos que los orígenes más diversos no solo son esenciales para poner en práctica los valores de nuestra marca, sino también para hacer del mundo un lugar en el que las diversas voces pueden influir en las formas en constante evolución de cambio y crecimiento.



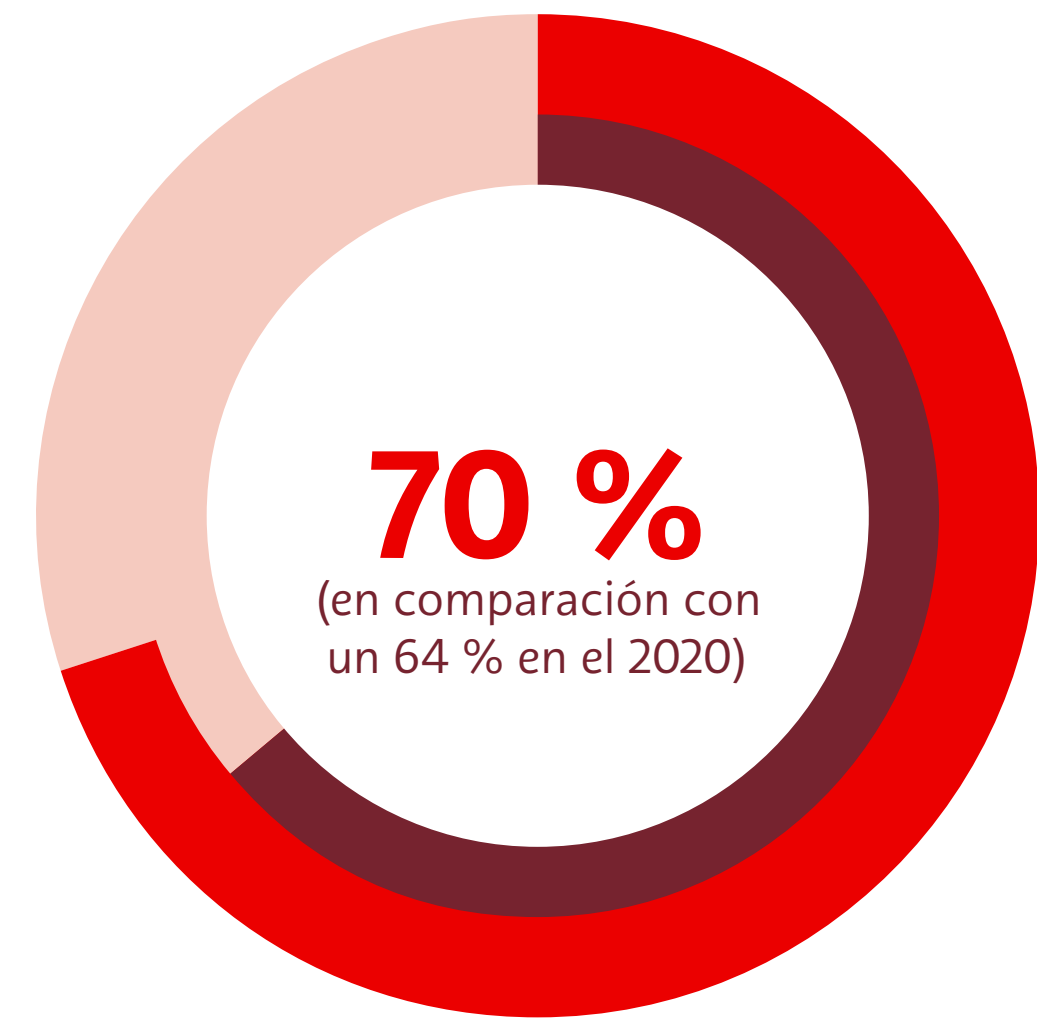
de aumento de los líderes negros y afroamericanos contratados en toda la organización



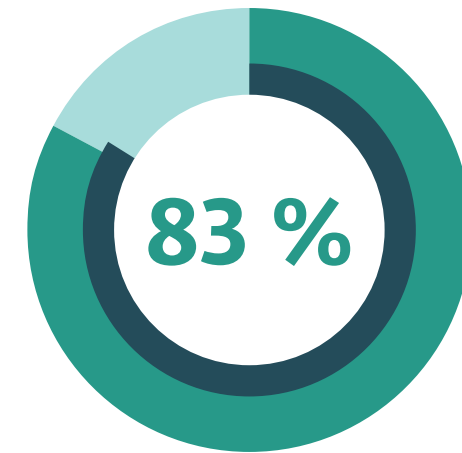
de aumento de líderes hispanos o latinos contratados en toda la organización



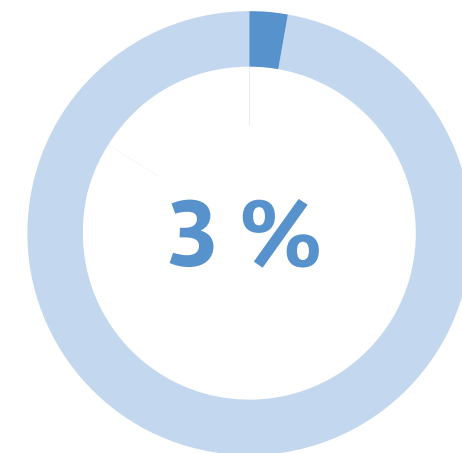
Datos demográficos de nuestros empleados



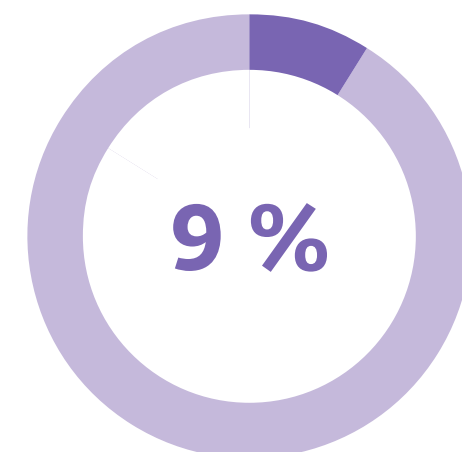
Personas de color



Mujeres
(en comparación con un 84 % en el 2020)



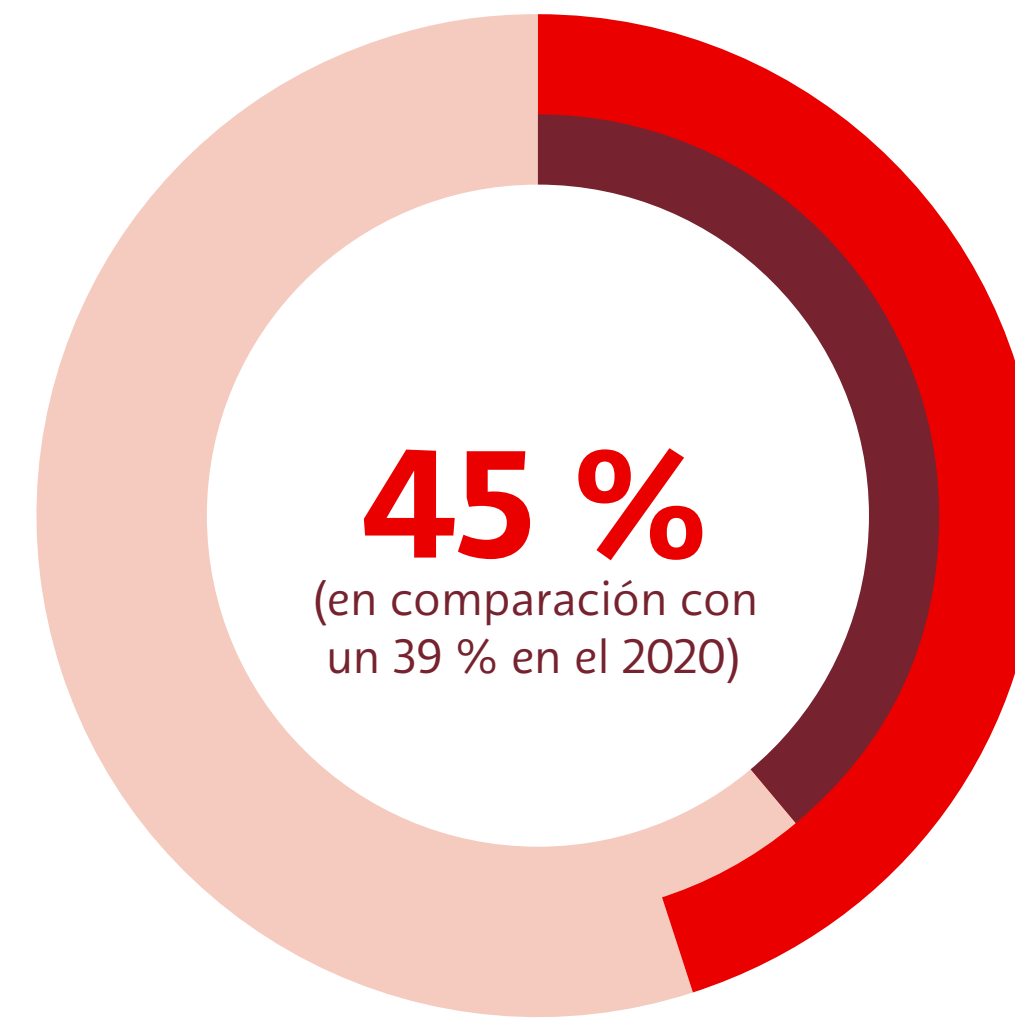
Personas con discapacidades
9 % en centros de distribución



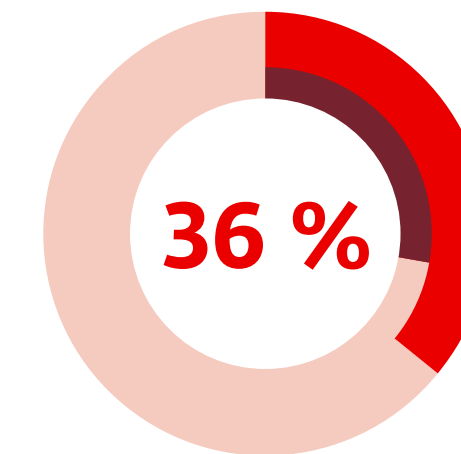
LGBTQIA+



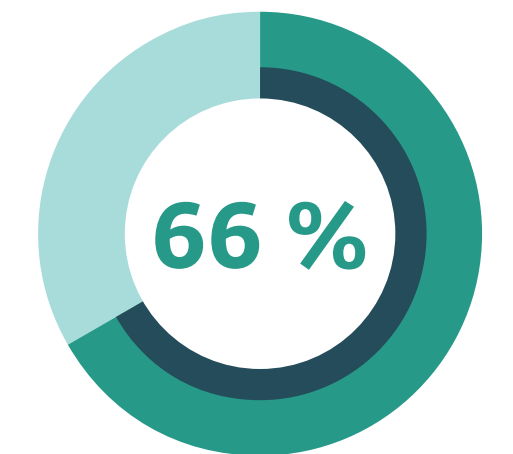
Datos demográficos de nuestro liderazgo



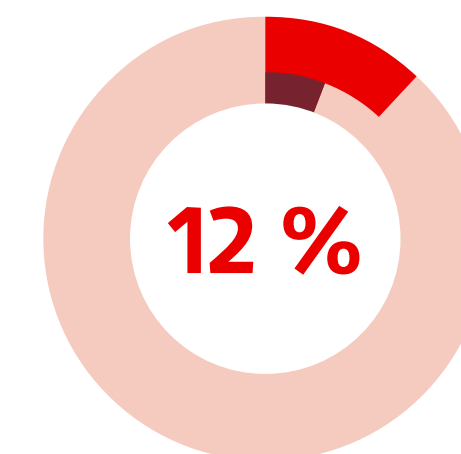
Personas de color gerentes y en cargos superiores



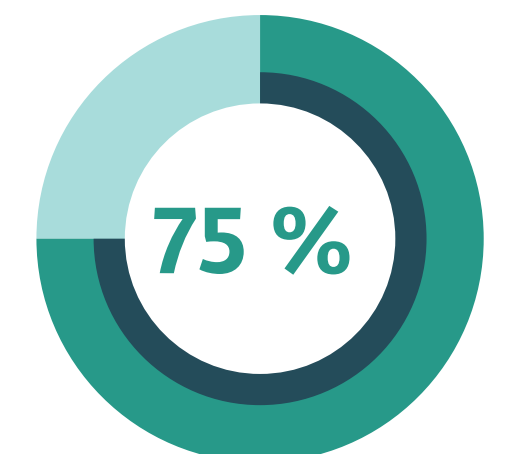
Personas de color vicepresidentes y en cargos superiores
(en comparación con un 28 % en el 2020)



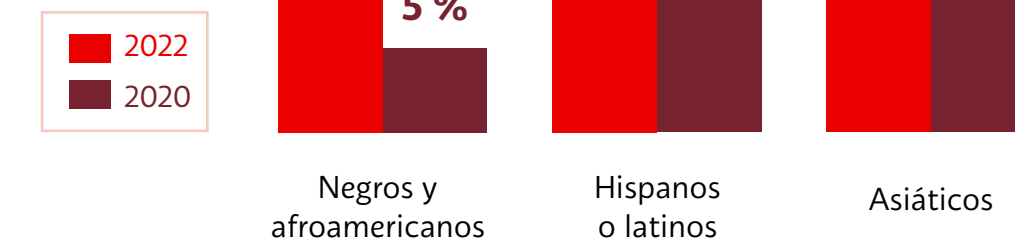
Mujeres vicepresidentes y en cargos superiores
(en comparación con un 66 % en el 2020)



Gerentes de tienda negros y afroamericanos
(en comparación con un 6 % en el 2020)



Mujeres gerentes y en cargos superiores
(en comparación con un 75 % en el 2020)





All Abilities Hiring

226

empleados con discapacidades se contrataron desde que se presentó la iniciativa All Abilities Hiring. **Los empleados con discapacidades representan el 9 % de nuestro talento en el centro de distribución.**

Desde su creación en el 2017, la iniciativa All Abilities Hiring se ha implementado en cuatro de nuestros cinco centros de distribución norteamericanos. Después de completar correctamente un programa de capacitación estructurado de nueve semanas, los graduados reciben una oferta para trabajar con nosotros a tiempo completo.

Nuestros centros de distribución se han convertido en el modelo de contratación de talentos con discapacidades. Junto con las comunidades, los grupos de defensa locales y las instituciones educativas de todo el país, proporcionamos capacitación y respaldo profesional para permitir la independencia y la autosuficiencia.



Iniciativas de talento emergentes (Sephora Pathways)

PROGRAMA DE PASANTÍA

En el verano del 2022, contratamos a 57 pasantes, incluidos estudiantes del programa de cooperación de la Universidad Drexel.

MÁS DEL
65 %

del grupo del 2022 se identificó como persona de color.

ROTATIONAL MANAGEMENT PROGRAM (LEAP)

Nuestros pasantes de verano cumplen con los requisitos para postularse a un cargo de tiempo completo de nuestro recientemente creado Rotational Management Program (Programa de administración rotativa), que cuenta con puestos de nivel básico en marketing, comercialización y gestión de inventario a fin de aprender los principales procesos empresariales y las operaciones de la tienda.

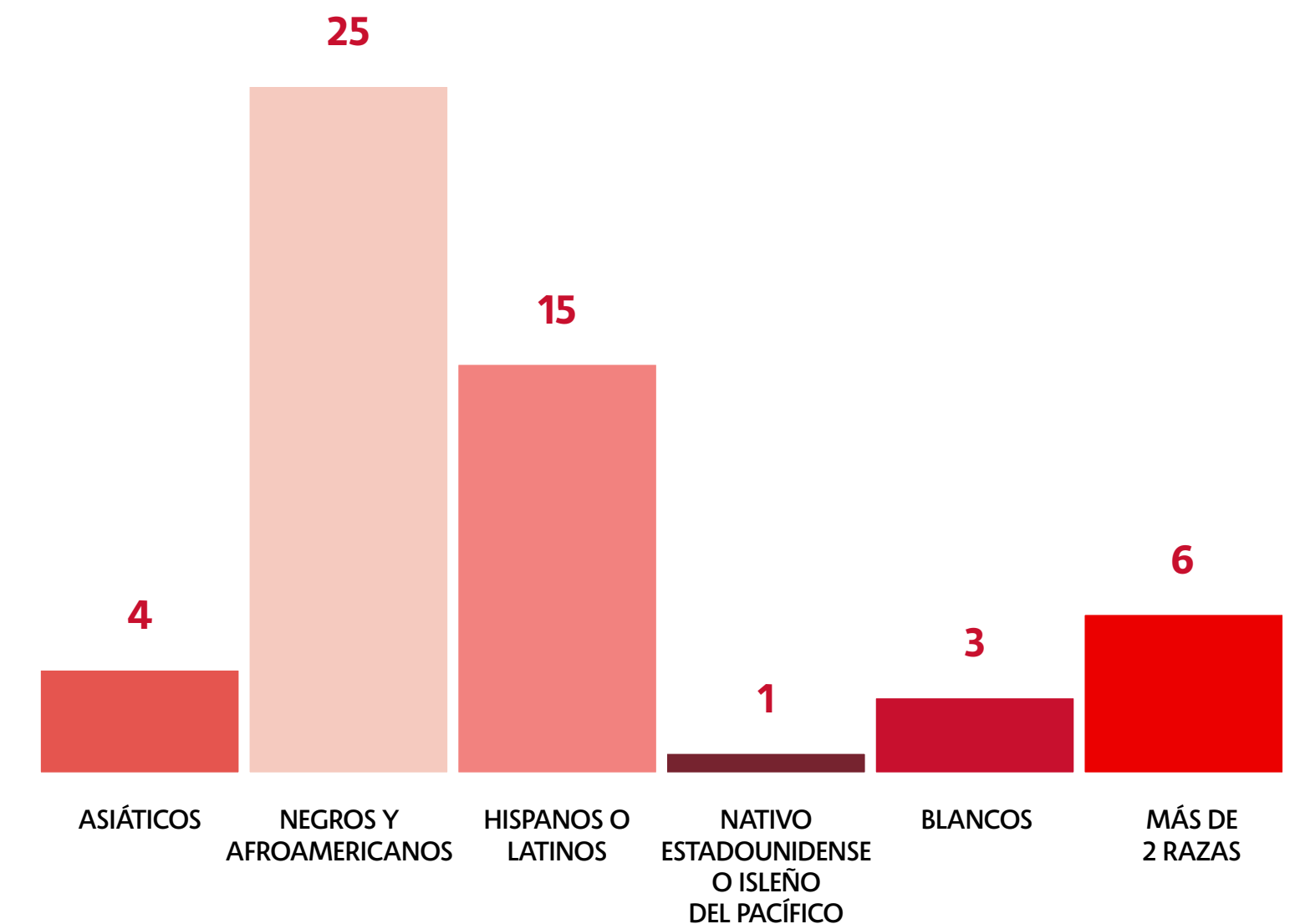
100 %

de nuestro grupo inicial del Rotational Management Program correspondía a pasantes de verano del 2021.

BECA SEPHORA

El Sephora Scholarship Program (Programa de becas de Sephora) está diseñado para facultar, mediante educación y capacitación profesionales, a los estudiantes BIPOC (negros, indígenas y personas de color) que están en busca de una carrera certificada de belleza.

Desglose de datos demográficos de los 54 destinatarios de la beca Sephora:





Perfeccionamiento de la equidad

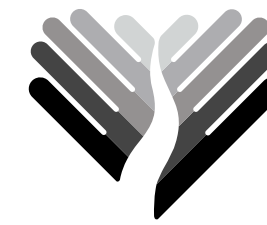
Los empleados que gozan de una experiencia más equitativa en el lugar de trabajo tienen, a cambio, más oportunidades fuera del lugar de trabajo. Estamos trabajando para garantizar que todos tengan las mismas posibilidades de conseguir puestos internos y el mismo acceso a experiencias y oportunidades que respaldan el desarrollo del liderazgo, y que los puestos disponibles sean visibles para todos, y se ofrezcan a todos, de forma equitativa, sin favoritismo.

Presentamos **nuevos programas de desarrollo profesional** con el objetivo de fomentar una cultura de gerencia inclusiva y facultar a los empleados para que alcancen sus metas profesionales y cuenten con las herramientas que necesitan para crecer en sus cargos.

KIT DE HERRAMIENTAS DE PREJUICIOS INCONSCIENTES

En el 2021, presentamos un kit de herramientas integral de prejuicios inconscientes para ayudar a los gerentes y empleados a reconocer y reducir los prejuicios, y reclutar a una diversa gama de talentos.

Recorrido del talento



SEPHORA
TALENT INCUBATOR PROGRAM

SEPHORA TALENT INCUBATOR PROGRAM (STIP)

STIP es nuestro primer programa estructurado de orientación y asesoría en el que se incluye a los pocos representados talentos de color. Este programa está diseñado para crear la próxima generación de líderes culturalmente competentes y diversos.

Desde mayo del 2021, ha participado un total de 100 alumnos y 47 asesores en las oficinas y tiendas de Sephora.





Aprendizaje y compromiso permanentes

A medida que el mundo sigue evolucionando, nosotros también lo hacemos. Esto significa que nuestra capacitación se adaptará continuamente para brindarles a nuestros empleados los recursos que necesitan para participar en conversaciones difíciles en torno a la raza y el prejuicio.

Presentamos 20 nuevos módulos de capacitación en inclusión, centrados en prejuicios inconscientes y en la alianza cultural, a fin de enseñarles a los empleados acerca de los factores que contribuyen a la falta de diversidad y a los entornos de trabajo poco colaboradores para las minorías, y cómo mejorarlos.

Establecimos nueve INCommunities, es decir, nuestros grupos de recursos para empleados de la empresa que buscan potenciar las opiniones a partir de diversas perspectivas y crear espacios para el aprendizaje y la comprensión.





Un espacio acogedor para nuestros consumidores

Nuestro compromiso con la creación de una experiencia acogedora e inclusiva en la tienda

Sephora se compromete a garantizar que todos se sientan acogidos, reciban un trato respetuoso y reciban un servicio excepcional en cada experiencia con Sephora. Nuestra misión de defender con valentía todos los tipos de belleza y crear entornos diversos e inclusivos comienza con la comprensión de nuestros consumidores y sus necesidades.

Nos enorgullece cada paso que damos, pero sabemos que este es un viaje continuo.





Prejuicios raciales en el comercio minorista

En enero del 2021, **publicamos nuestro primer estudio acerca del prejuicio a gran escala**, el estudio Racial Bias in Retail Study, en el que se midió el problema del trato injusto y prejuicioso en entornos de comercio minorista, y se destacaron tácticas y medidas que pueden disminuir el prejuicio en la experiencia de compra.

Gracias a Open to All, una campaña antidiscriminación sin fines de lucro, reunimos a 37 comercios minoristas para que firmaran **“Mitigating Racial Bias in Retail Charter”** (Mitigar el sesgo racial en el área de comercio minorista) y se comprometieron a garantizar entornos de venta minorista más acogedores para todos por medio del establecimiento de procesos y prácticas que puedan ayudar a disminuir los prejuicios raciales en la experiencia de compra.



15 Percent Pledge

En junio del 2020, **nos convertimos en el primer comercio minorista importante** que adoptó el 15 Percent Pledge y dedicó al menos el 15 % de nuestra gama de productos a marcas de propiedad de negros. Nos enorgullece presentar una gama de productos que representa a las mejores marcas de belleza de propiedad de negros que existe, ya que permitimos que nuestros consumidores encuentren y apoyen a esas marcas en tiendas ubicadas en todo Estados Unidos.

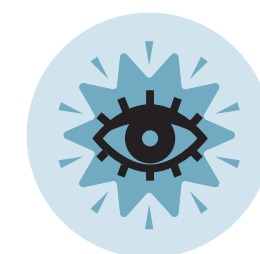
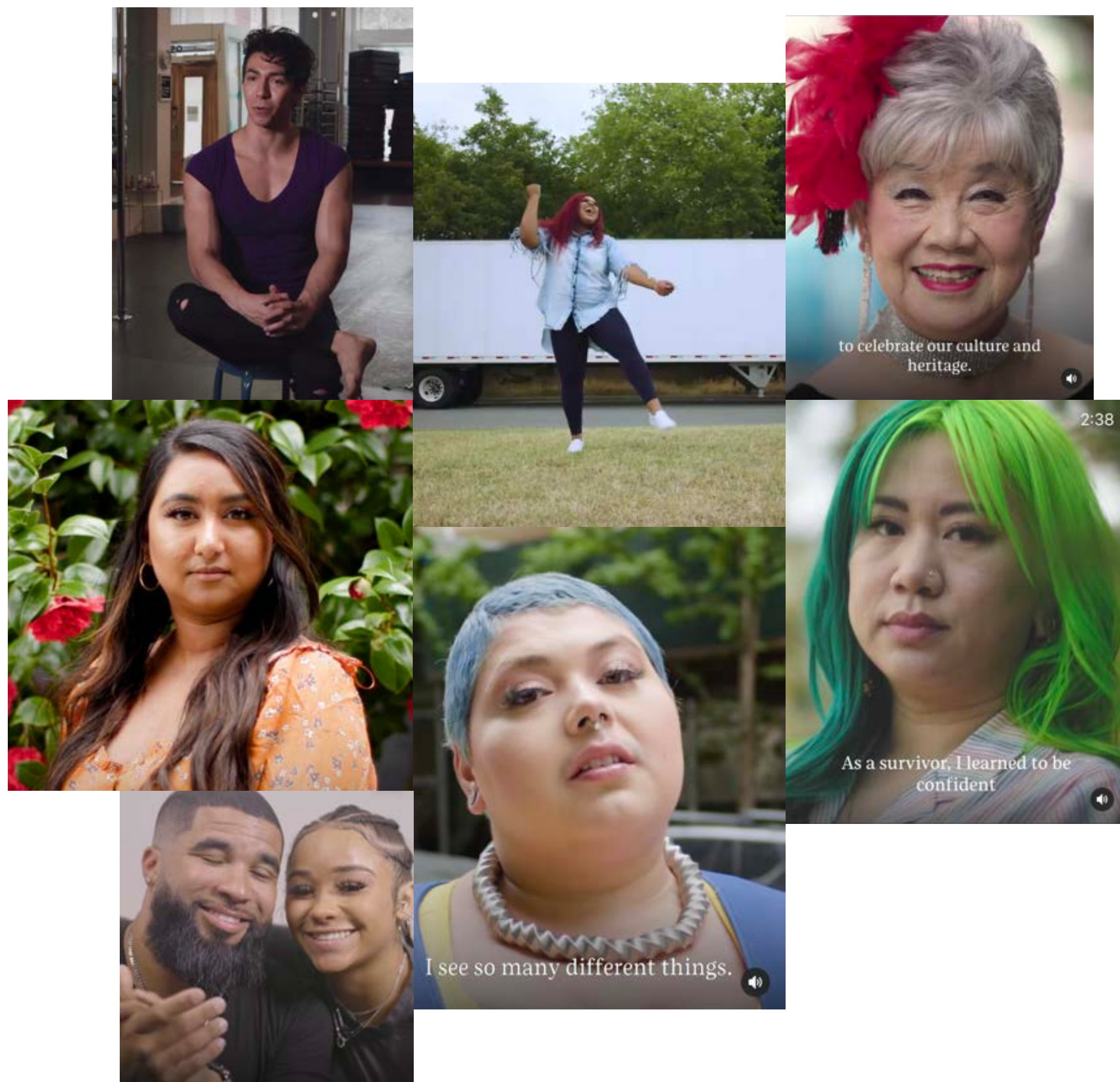


Avance adicional

En el otoño del 2021, **llevamos a cabo nuestra primera campaña de marcas de propiedad de negros** para reconocer y celebrar aún más las contribuciones que han aportado los innovadores negros y la cultura negra al sector de la belleza, incluida una magnífica selección de productos disponibles para todos los consumidores de belleza.

Iniciamos Cultural Allyship, una capacitación de dos partes para todos los empleados, con el objetivo de fomentar una experiencia de trabajo y compra inclusiva para las personas BIPOC.

Actualizamos nuestros **estándares de comportamiento de tolerancia cero** a fin de incluir medidas inmediatas si un empleado o un consumidor infringió el código de conducta de Sephora dentro de nuestras tiendas.



Permitir que el marketing refleje mejor el mundo

En Sephora, reconocemos la falta de representación en el sector de la belleza, y los efectos que tiene tanto en las personas como en la sociedad en general. Para comprender mejor nuestra función, hemos escuchado a la comunidad y estamos tomando medidas intencionales para cerrar las brechas e incluir a todas las personas, con sus identidades, apariencias y orígenes.

Poner en práctica nuestros valores es la forma en que realmente nos dedicamos a potenciar nuestros compromisos de DEI. Utilizamos nuestras plataformas para potenciar a todas las personas, con sus infinitas formas de belleza, de modo que podamos respaldar el crecimiento de diversas marcas y contar historias que celebran a todos. Cuando más personas sienten que son consideradas y tengan un sentido de pertenencia, nos enorgullecemos de nuestras diferencias.

Utilizamos nuestras plataformas para potenciar a todas las personas, con sus infinitas formas de belleza.



Pautas de diversificación

Establecimos nuevas pautas de producción a fin de incluir una amplia variedad de orígenes, identidades, edades y tipos de cuerpos en todas las campañas, redes sociales, marketing, entre otros medios, de Sephora.



Crear espacios seguros

Lanzamos las nuevas pautas **“Hearts Not Hate”** para abordar el acoso en línea.



Fomento de la concientización

Creamos un enfoque de marketing anual y coherente para fomentar el conocimiento de las marcas de propiedad de negros y presentamos el video breve **“Black Beauty Is Beauty”** (La belleza negra es belleza) para celebrar el impacto y la influencia de la belleza y la cultura negra en la belleza moderna.



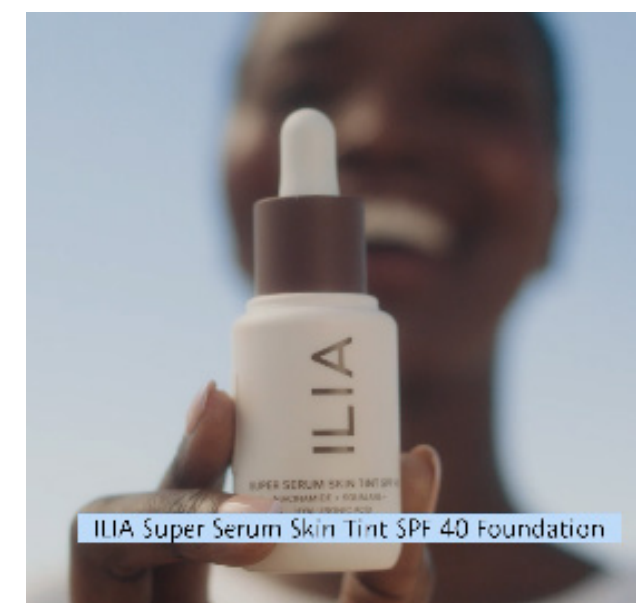
Amplificar voces

Seguimos cultivando uno de los grupos influyentes más diversos de la industria a través de **Sephora Squad**. De la cohorte del 2022, el 78 % de los integrantes se autoidentifican como personas de color.



Nuevos horizontes

Producimos **“The Beauty of Blackness”** (La belleza negra), el primer documental en su clase en que se realiza una crónica de la evolución de la belleza negra mediante el ascenso, la caída y el renacimiento de una de las marcas de cosmética más icónicas dirigidas a mujeres de color, Fashion Fair, que ahora se vende de forma exclusiva en Sephora.



Aumento de la accesibilidad

Estamos incorporando subtítulos en todo el contenido de video de Instagram producido por Sephora para que sea más accesible.



Un socio para nuestras comunidades

Nuestro compromiso de abordar las barreras en nuestras comunidades

Estamos agradecidos por todas las comunidades de belleza en las que nos han acogido. Nuestras comunidades nos han ayudado a superar nuestras propias barreras, y nos esforzamos por hacer lo mismo por ellas. Podemos abordar las barreras de las comunidades poco representadas mediante la creación de espacios, la expansión del acceso y el hecho de convertirnos en el socio colaborador que merecen. A través de iniciativas de donaciones de beneficencia y asociaciones estratégicas, nos esforzamos por lograr que los integrantes de nuestras comunidades se sientan considerados y escuchados.

Nos enorgullece contar con socios que contribuyen de forma activa a nuestro trabajo relacionado con la equidad y a la manera en que nos presentamos como comercio minorista tanto en el sector de la belleza como en todo lo demás.

El cambio ocurre cuando trabajamos juntos.





Acelerar la diversidad de marcas y productos

Hemos adaptado nuestro programa de incubación de marca, **Sephora Accelerate**, que se centra en el desarrollo y la presentación de marcas de propiedad de personas BIPOC, a fin de crear una comunidad de fundadores de marcas inspiradoras e innovadoras en el ámbito de la belleza.

Desde el 2020, hemos graduado a 18 empresarios con marcas que abarcan maquillaje, cuidado de la piel, cuidado del cabello y, por primera vez, fragancia.



50 %

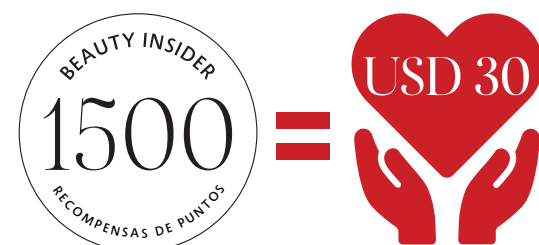
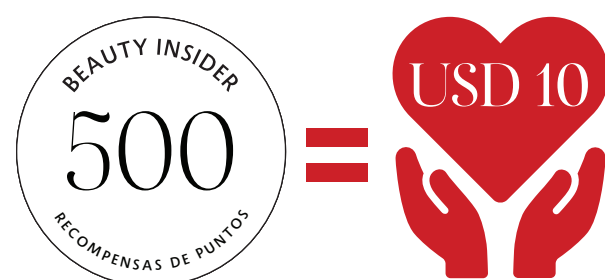
de las marcas de Accelerate 2021 se encuentran en exposición, mientras que la otra mitad faltante se presentará en el 2022.





Compromisos con organizaciones benéficas

Tenemos profundas relaciones con nuestras comunidades, desde la asociación con 12 organizaciones de beneficencia de interés cada año, hasta la introducción de más opciones para que nuestros consumidores y empleados participen a través de donaciones benéficas.



Programa Charity Rewards

Cada mes, generamos conciencia acerca de una organización benéfica de interés mediante su presentación en Sephora Rewards Bazaar y en nuestros canales sociales, a fin de invitar a nuestros consumidores a compartir su apoyo mediante el canje de sus puntos Beauty Insider como donaciones. Además, **en el 2022 hemos respaldado a más de 297 comunidades y organizaciones** mediante esfuerzos de donación y voluntariado.





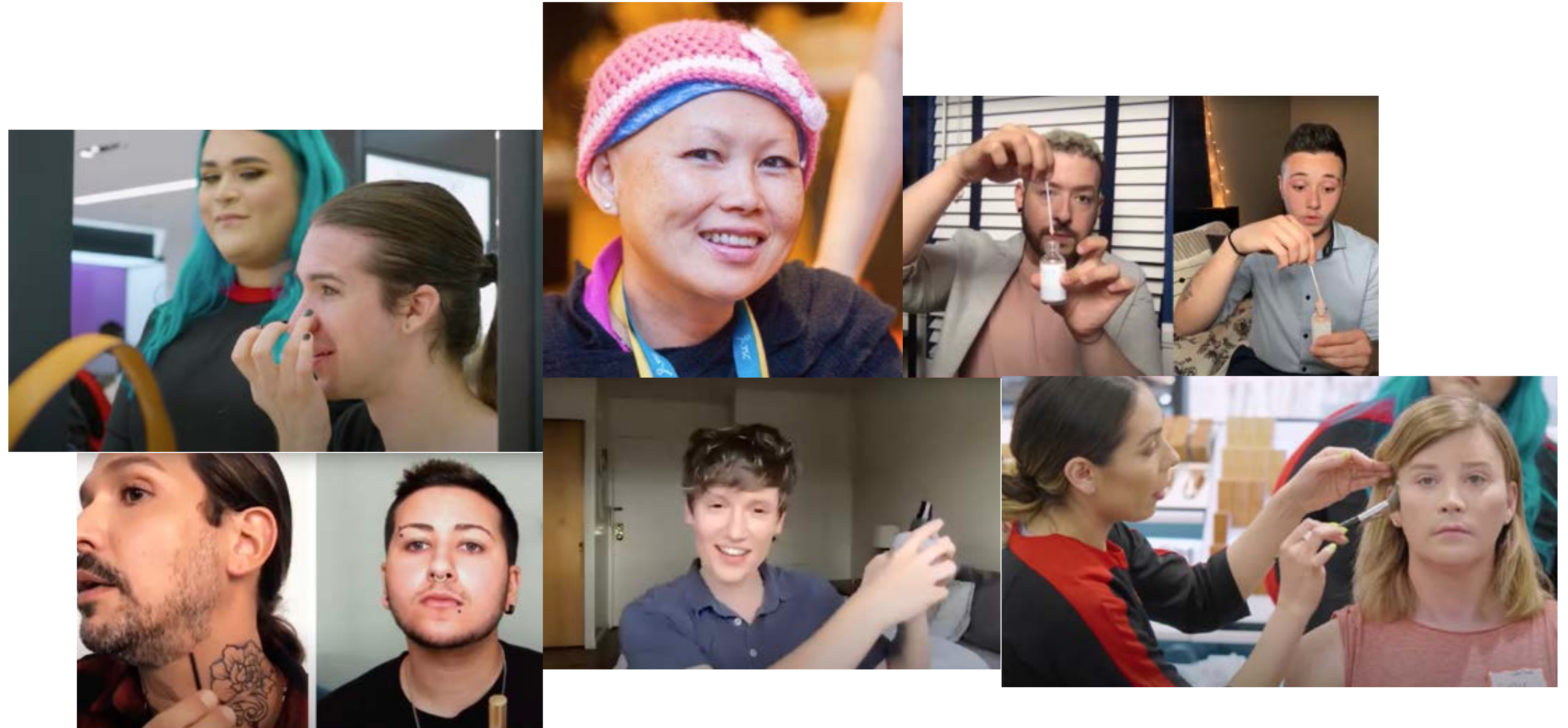
Aumentar la diversidad de proveedores

Nos enfocamos en una creciente base sólida de diversos proveedores y fomentamos el crecimiento de empresas poco representadas, además de productos, servicios y soluciones innovadores.

1781
proveedores diversos

Inspirar valentía

En la actualidad, ofrecemos clases virtuales de belleza, denominadas Clases for Confidence, para facultar a las personas en momentos clave, como en el reingreso al trabajo, cuando combaten con valentía el cáncer o cuando analizan su expresión de género.





Hacia el futuro

Nuestro compromiso con el fortalecimiento de nuestro posicionamiento y estrategia de DEI

En nuestro recorrido hacia el 2025, fortaleceremos nuestros esfuerzos de DEI, de manera que nuestros empleados y consumidores, y nuestra comunidad, se sientan acogidos, representados e incluidos en todas nuestras tiendas y entornos. Seguiremos trabajando en nuestros compromisos para seguir avanzando. Desde diversificar a nuestro equipo hasta cultivar lugares de trabajo inclusivos, seguiremos trabajando en nuestros compromisos para avanzar, inspirar a otras empresas y generar un impacto positivo en la cultura en general.

Nuestro objetivo es liderar el cambio para impulsarlo.



Nos honró ser reconocidos con los siguientes premios en el 2021

FORBES

Los mejores empleadores para mujeres

FORBES

Los mejores empleadores en términos de diversidad

FORBES

Los mejores empleadores para recién graduados

FAST COMPANY

Empresas más innovadoras

CAMPANA DE DERECHOS HUMANOS

Calificación del 100 % en el Índice de Equidad Corporativa

3 años consecutivos (2019-2021)



Apéndice

DEFINICIONES

El liderazgo en Sephora se define de la siguiente manera:

Liderazgo de oficina corporativa/Centro de soporte en terreno (FSC): gerentes/gerentes sénior, directores/directores sénior, VP+

Liderazgo en terreno/tienda (comercio minorista): gerentes de tienda/gerentes generales, gerentes de distrito y gerentes regionales

Liderazgo del centro de distribución: supervisores/supervisores sénior, gerentes/gerentes sénior, directores/directores sénior, VP+

EXENCIÓN DE RESPONSABILIDAD LEGAL

Los objetivos de DE&I de Sephora son metas que queremos alcanzar para medir el avance de nuestros esfuerzos por aumentar la representación de la diversidad en distintos niveles de liderazgo de toda la organización. No están destinados a ser inflexibles y no se deben interpretar como una cuota de contratación, un mínimo o una expectativa, ni como un objetivo de reserva o bonificación por medio del cual los individuos de grupos poco representados (talento de color/personas de color y mujeres/personas que se identifican como mujer) son contratados o ascendidos en lugar de otras personas mejor calificadas.

EXENCIÓN DE RESPONSABILIDAD DE DATOS

Los datos de este informe no incluyen a la población de empleados que no informaron por su cuenta sus estados de grupo étnico o racial, sexo, discapacidad o LGBTQIA+.

SEPHORA

We Belong to
Something Beautiful