Nestlé

Good Food, Good Life

Nestlé en la sociedad

Creación de Valor Compartido y cumplimiento de nuestros compromisos 2018

Extracto del Informe Anual 2018

Nuestros compromisos

Los 36 compromisos recogidos en el capítulo «Creación de Valor Compartido» dirigen nuestro esfuerzo colectivo hacia el cumplimiento de objetivos específicos.

Cada día, entramos a formar parte de las vidas de miles de millones de personas: desde los agricultores que cultivan los ingredientes que utilizamos hasta las familias que disfrutan de nuestros productos, pasando por las comunidades en las que vivimos y trabajamos, y el entorno natural del que todos dependemos.

Para personas y familias

Más de 1.300
productos lanzados en 2018 que abordan necesidades y carencias nutricionales específicas en bebés, niños, mujeres embarazadas o madres recientes

106 millones
de niños y familias a los que llegamos con nuestros alimentos y bebidas enriquecidos

13,2%
menos de colorantes artificiales

170 millones
de raciones de verduras incorporadas a nuestros alimentos y bebidas

Para nuestras comunidades

181,8 millones
de plántulas de café distribuidas a agricultores (acumulado desde 2010), dentro del objetivo de 220 millones para 2020

Más de 26.000
oportunidades de empleo, formación y trabajo en prácticas ofrecidas a personas menores de 30 años a través de nuestra iniciativa *Nestlé needs YOUth*

63%
del volumen de nuestras 14 categorías prioritarias de materias primas suministrado responsablemente

440.000
agricultores formados mediante programas de desarrollo de capacidades

Para el planeta

2,6%
menos de emisiones indirectas de GEI por tonelada de producto

293
fábricas con «cero residuos» a vertedero

29,6%
de reducción de agua empleada por tonelada de producto en todas las categorías desde 2010

34%
de nuestra electricidad procedente de fuentes renovables

Creación de Valor Compartido

Maggi Naija Pot: Un cubito sazonador con impacto social

Fabricados en Flowergate (Nigeria), los nuevos cubitos sazonadores *Naija Pot* de *Maggi* responden a los gustos locales y a la preferencia del consumidor actual por ingredientes sencillos y familiares, al tiempo que ofrecen un perfil nutricional mejorado con menos sal.

La Creación de Valor Compartido (CVC) es vital en la forma de hacer negocios de Nestlé. Creemos que nuestro éxito a largo plazo dependerá del valor que generemos para los accionistas y para la sociedad. Nuestras actividades y productos deben suponer una diferencia positiva para la sociedad y contribuir al éxito constante de Nestlé.

El consejero delegado de Nestlé, U. Mark Schneider, con estudiantes de la escuela puente Kouadiolangokro en una zona rural de Costa de Marfil. Las escuelas puente, construidas en colaboración con la Fundación Jacobs, facilitan el acceso a la educación y contribuyen a evitar el trabajo infantil.

Énfasis en áreas clave

Para crear valor a largo plazo se necesita una orientación. Tras consultar con expertos, decidimos priorizar tres áreas en las que confluyen nuestro negocio y la sociedad: nutrición, desarrollo rural y agua. La creación de valor solo es posible sobre una sólida base de cumplimiento y un firme compromiso con la sostenibilidad ambiental y social. Nuestro impacto en esas áreas prioritarias se mide por los avances en los compromisos declarados, que se sustentan en nuestra evaluación de materialidad (véase pág. 41) y la información periódica de grupos externos.

La lógica empresarial de la Creación de Valor Compartido

No podemos maximizar la creación de valor sostenible a largo plazo para los accionistas a costa de otros grupos de interés: las sociedades darán la espalda a una empresa que sea perjudicial para la población y su bienestar. La Creación de Valor Compartido nos ayuda a garantizar que seguimos estando en sintonía con los consumidores.

Para conectar mejor la dimensión financiera y no financiera de la creación de valor y la información pública, hemos colaborado con Ernst & Young (EY) y Valuing Nature para realizar una evaluación de impacto y calcular el valor generado para la sociedad y el negocio con nuestra *Global Youth Initiative* (GYI). Esperamos que la GYI, lanzada en 2017, cree 10 millones de oportunidades económicas para jóvenes a lo largo de la próxima década. El estudio reveló que la iniciativa ha generado un rendimiento positivo sobre la inversión para la empresa y un rendimiento social aún mayor. En nuestra página web pueden consultarse más datos sobre los resultados y la metodología.

Esta metodología para la valoración del impacto ha sido revisada por expertos de FSG y sigue perfeccionándose mediante su aplicación a otros proyectos. Actualmente llevamos a cabo una evaluación del impacto de nuestra iniciativa *Caring for Water*.

Participamos asimismo en el Embankment Project for Inclusive Capitalism (EPIC), cuyo objetivo es dar forma al diálogo de conjunto sobre la creación de valor a largo plazo.

Más información

Consulte más datos sobre nuestro enfoque de gestión y nuestra estructura de gobierno corporativo, además de datos de desempeño, casos prácticos y contenido adicional, en nuestro informe anual en línea *Nestlé en la sociedad: Creación de Valor Compartido* (en inglés) y la sección sobre Nestlé en la sociedad de nuestra página web corporativa (www.nestle.com/csv).

Nestlé. Mejorando la calidad de vida y contribuyendo a un futuro más saludable.

Impulsadas por nuestro propósito —mejorar la calidad de vida y contribuir a un futuro más saludable—, nuestras ambiciones para 2030 concuerdan con la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible de la ONU.

Nestlé forma parte de las vidas de millones de personas de todo el mundo: desde las personas y familias que disfrutan de nuestros productos, hasta las comunidades en que vivimos, trabajamos y obtenemos nuestros ingredientes, pasando por el entorno natural del que todos dependemos. Una vez identificadas nuestras tres áreas centrales de impacto, hemos formulado compromisos públicos sobre nuestros temas más sustanciales con vistas a lograr nuestras ambiciones y, en última instancia, respaldar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU para 2030.

Para personas y familias

Posibilitar vidas más saludables y felices

Nuestra ambición para 2030 es contribuir a que 50 millones de niños vivan de forma más saludable

Ofrecer opciones más saludables y sabrosas	Motivar a las personas a llevar un estilo de vida más saludable	Desarrollar, compartir y aplicar conocimientos nutricionales
●●○ Lanzar más alimentos y bebidas que sean nutritivos, especialmente para mujeres embarazadas, madres recientes, lactantes y niños	●●○ Incorporar y explicar información nutricional en los envases, en los puntos de venta y en Internet	●●○ Generar y compartir conocimientos sobre nutrición que abarquen desde los primeros 1.000 días hasta el envejecimiento saludable
●●○ Seguir reduciendo los azúcares, el sodio y las grasas saturadas	●●○ Ofrecer orientación sobre raciones de nuestros productos	●●○ Desarrollar conocimientos biomédicos que posibiliten productos beneficiosos para la salud, una nutrición personalizada y soluciones digitales
●●○ Aumentar el contenido de verduras, cereales ricos en fibra, legumbres, frutos secos y semillas en nuestros alimentos y bebidas	●●○ Aprovechar nuestras campañas comerciales para promover hábitos culinarios, de alimentación y de vida saludables	
●●○ Simplificar nuestras listas de ingredientes y eliminar los colorantes artificiales	●●○ Ayudar a padres, cuidadores y educadores a fomentar hábitos saludables en los niños	
●●○ Abordar la desnutrición mediante el enriquecimiento con micronutrientes	●●○ Apoyar y proteger la lactancia materna avanzando en la implantación de una política de referencia en el sector para comercializar sucedáneos de la leche materna de forma responsable	
	●●○ Animar a las personas a elegir el agua para llevar una vida más saludable	
	●●○ Establecer asociaciones que fomenten entornos de alimentación saludables	

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Estado de nuestros compromisos

●○○ Nuevo
●●○ En proceso
●●● Alcanzado

Para nuestras comunidades

Contribuir al desarrollo de comunidades prósperas y autosuficientes

Nuestra ambición para 2030 es mejorar la calidad de vida de 30 millones de personas en las comunidades directamente relacionadas con nuestras actividades empresariales

Mejorar el desarrollo y los medios de subsistencia del mundo rural

●●○ Mejorar la economía de las explotaciones agrarias que nos suministran

●●○ Mejorar la disponibilidad de alimentos y la variedad de la dieta entre los agricultores que nos suministran

●●○ Implantar el abastecimiento responsable en nuestra cadena de suministro y promover el bienestar de los animales

●●○ Mejorar continuamente nuestra cadena de suministro de café de grano verde

●●○ Extender el *Nestlé Cocoa Plan* entre los agricultores del cacao

Respetar y promover los derechos humanos

●●○ Evaluar y abordar cuestiones de derechos humanos en nuestras actividades empresariales

●●○ Mejorar los medios de subsistencia de los trabajadores y proteger a los niños en nuestra cadena de suministro agrícola

●●○ Promover una cultura de integridad en toda la organización

●●○ Facilitar mecanismos de reclamación efectivos a empleados y grupos de interés

Promover el empleo digno y la diversidad

●●○ Extender la iniciativa *Nestlé needs YOUth* a toda la empresa

●●○ Mejorar la igualdad de género en nuestra plantilla y capacitar a las mujeres en toda la cadena de valor

●●○ Promover lugares de trabajo saludables y empleados más sanos

Para el planeta

Preservar los recursos para las generaciones futuras

Nuestra ambición para 2030 es conseguir un «impacto medioambiental cero» en nuestras actividades

Cuidar el agua

●●○ Trabajar para lograr un uso del agua eficiente y sostenible en nuestras actividades

●●○ Defender políticas y una gestión del agua eficaces

●●○ Colaborar con los proveedores, especialmente los agrícolas

●●○ Aumentar la concienciación en torno a la conservación del agua y mejorar el acceso al agua y a infraestructuras de saneamiento en toda nuestra cadena de valor

Actuar contra el cambio climático

●●○ Liderar los esfuerzos en la lucha contra el cambio climático

●●○ Promover la transparencia y la participación proactiva a largo plazo en las políticas sobre el clima

Conservar el medio ambiente

●●○ Desarrollar envases más respetuosos con el medio ambiente

●●○ Reducir las pérdidas y los desperdicios de alimentos

●●○ Facilitar el diálogo y la información medioambiental relevante y precisa

●●○ Proteger el patrimonio natural

Posibilitar vidas más saludables y felices

Los hábitos de consumo cambian y, por ello, transformamos nuestros productos para hacerlos más nutritivos y naturales, y prestamos servicios de apoyo a los padres. La fuerza motriz es *Nestlé for Healthier Kids*, nuestra iniciativa emblemática para que 50 millones de niños vivan de forma más saludable en 2030.

De un vistazo

1. **29 millones** de niños a los que llega *Nestlé for Healthier Kids*
2. **Más de 1.300** nuevos productos nutritivos lanzados para bebés, niños, mujeres embarazadas y madres recientes
3. **1.700 millones de CHF** invertidos en investigación y desarrollo

Motivar a las personas a llevar un estilo de vida más saludable
Nuestras marcas contienen recetas saludables, información nutricional clara y orientación sobre raciones para concienciar y fomentar estilos de vida sanos entre los consumidores.

Una buena nutrición en la infancia sienta las bases de la salud y el bienestar para toda la vida. Nuestra iniciativa emblemática *Nestlé for Healthier Kids* trata de educar y motivar a padres y cuidadores durante el periodo crucial comprendido entre la concepción y la adolescencia.

Nesquik
Facilitar elecciones saludables con versiones menos azucaradas de marcas representativas.

Sweet Earth
La alimentación de base vegetal, como la flexitariana y la vegetariana, ayuda a llevar una dieta saludable sin renunciar al sabor o la comodidad.

Ofrecer opciones más saludables y sabrosas
La malnutrición adopta muchas formas: desnutrición, sobrepeso y obesidad, así como deficiencias de micronutrientes. Combatirla sigue siendo uno de los mayores retos de salud en el mundo.

Pensando especialmente en los niños, nos hemos comprometido a lanzar alimentos y bebidas más nutritivos, con más verduras y cereales integrales, con listas de ingredientes sencillas y sin colorantes artificiales. También enriquecemos los productos cuando es preciso y reducimos el azúcar, el sodio y las grasas saturadas.

Desarrollar, compartir y aplicar conocimientos nutricionales
Nuestros científicos tratan de descubrir cómo nos afectan diversos aspectos nutricionales en cada etapa de la vida. Nuestros estudios sobre lactantes y niños, que incluyen información sobre la ingesta diaria de más de 55.000 lactantes, niños pequeños y niños en edad escolar del mundo entero, nos ayudan a mejorar nuestros productos y servicios. Lo aprendido lo compartimos también con médicos y nutricionistas para abordar diversos retos de salud del planeta.

Vitaflo
Nuestras investigaciones ayudan a personas con enfermedades relacionadas con la alimentación.

Contribuir al desarrollo de comunidades prósperas y autosuficientes

Queremos comunidades prósperas y autosuficientes dentro de una cadena de valor segura a largo plazo, formar a nuestro personal, apoyar el desarrollo rural, garantizar un suministro responsable y promover los derechos humanos. Iniciativas como *Nespresso AAA Sustainable Quality Program*, *Nescafé Plan*, *Nestlé Cocoa Plan* y *Farmer Connect* nos ayudan a asegurar la autosuficiencia de miles de proveedores y agricultores en todo el mundo.

De un vistazo

1. **63%** de nuestras 14 categorías prioritarias de ingredientes se suministra responsablemente
2. **43,2%** de los puestos directivos de Nestlé están ocupados por mujeres
3. **Más de 400.000** jóvenes a los que llegamos a través de *Nestlé needs YOUth*

Mejorar el desarrollo y los medios de subsistencia del mundo rural

Conociendo los problemas de los agricultores podemos mejorar la productividad y los ingresos, aumentar el atractivo de la agricultura y garantizar suministros a largo plazo.

Nuestro Sistema de Seguimiento y Erradicación del Trabajo Infantil sigue creciendo en los países que nos suministran cacao, Costa de Marfil y Ghana, y ya ha ayudado a 11.130 niños.

En 2018, lanzamos *Grown Respectfully* para difundir la labor de *Nescafé Plan* recogiendo experiencias reales y motivadoras de cultivadores de café.

Nescafé
Grown Respectfully pone de relieve la ayuda que *Nescafé* lleva prestando desde hace más de 80 años a los agricultores para cultivar un café mejor y sostenible.

Respetar y promover los derechos humanos

Respetamos y promovemos los derechos humanos en todas nuestras actividades. Trabajamos con expertos para identificar riesgos e implantar planes de acción.

Hemos seguido promoviendo los derechos humanos a escala nacional, un paso clave hacia estructuras de gobierno que supervisen los riesgos y oportunidades. También lanzamos una herramienta de formación actualizada para alcanzar el objetivo de formar a todos los empleados en esta materia.

KitKat

Nestlé apoya el cultivo sostenible del cacao y se ha unido a la plataforma ética Good-Loop para permitir a los espectadores donar parte del presupuesto publicitario de la marca *KitKat* al *Nestlé Cocoa Plan*.

Promover el empleo digno y la diversidad

Las condiciones laborales dignas, la diversidad y la inclusión son aspectos clave de la cultura de Nestlé. En 2018, nos comprometimos a acelerar la igualdad salarial. Introdujimos una nueva política de maternidad en nuestros mercados y las Normas de Conducta para las Empresas de la ONU para luchar contra la discriminación de las personas LGBTI. Además, trabajamos para combatir prejuicios conscientes e inconscientes a través de cursos y comunicaciones.

Nespresso

El papel de la mujer en las explotaciones de café minifundistas es clave para el desarrollo sostenible de las comunidades locales y el sector. Por eso *Nespresso* enfatiza la igualdad de género en las regiones suministradoras.

Preservar los recursos para las generaciones futuras

Dependemos de los bosques, los suelos, los océanos y el clima para conseguir un suministro sostenible. Hemos fijado compromisos y objetivos para utilizar y gestionar los recursos de forma sostenible siendo más eficientes, respondiendo ante el cambio climático, reduciendo la pérdida y el desperdicio de alimentos, y cuidando el agua, con vistas a lograr un «impacto medioambiental cero» en nuestras actividades.

De un vistazo

1. Contamos con **18** plantas «cero agua»
2. **38,2%** de reducción de emisiones de GEI por tonelada de producto desde 2008
3. **118.710 toneladas** de envases evitadas desde 2015

Cuidar el agua
Cuidar el agua es clave para nuestra ambición de lograr un «impacto medioambiental cero». Seguimos reduciendo el uso de agua por tonelada de producto y reutilizándola. También trabajamos junto a otras entidades, como la Alliance for Water Stewardship, en iniciativas de gestión del agua y para aumentar el acceso a agua potable, saneamiento e higiene, un derecho fundamental.

Nido
Las plantas de lácteos de Nestlé avanzan para ser plantas «cero agua» reutilizando el agua de la evaporación de la leche.

Actuar contra el cambio climático
Como industria nos afecta el cambio climático, que influye en el rendimiento de los cultivos y en el medio de subsistencia de los agricultores. Ayudamos a nuestros agricultores a desarrollar resiliencia frente al cambio climático y atenuamos nuestro impacto en el clima reduciendo la emisión de GEI a lo largo de toda la cadena de valor de acuerdo con objetivos científicos.

Extrafino
Colaboramos con los ganaderos locales para recoger leche fresca y apoyar proyectos de bajo consumo energético.

Conservar el medio ambiente
En Nestlé, reducimos, reutilizamos y reciclamos para que nuestras instalaciones sean «cero residuos» a vertedero. Ningún envase de Nestlé debe acabar en un vertedero o como basura en la tierra o en el mar.

En 2018 anunciamos la creación del Instituto de Ciencias del Envasado de Nestlé, dedicado a descubrir y desarrollar envases funcionales, seguros y respetuosos para lograr nuestra ambición de que en 2025 el 100% de nuestros envases sea reciclable o reutilizable.

Necesitamos bosques, suelos y océanos sanos para obtener los ingredientes que utilizamos. Queremos mejorar nuestro rendimiento medioambiental al mismo tiempo que nos expandimos: desde el trabajo con los agricultores para gestionar los suelos hasta las inversiones para detener los vertidos de plástico, pasando por el apoyo a la Iniciativa Global contra las Redes Fantasma.

Pure Life
Las botellas de agua de *Nestlé Pure Life*, fabricadas 100% con plástico reciclado,contribuyen al objetivo del 100% de envases reciclables o reutilizables para 2025.

Participación de los grupos de interés y revisión de materialidad

Colaborar con otros en temas importantes fortalece el negocio. Recurrimos a expertos, defensores y críticos para desarrollar políticas y compromisos corporativos, cimentar la estrategia y priorizar inversiones.

El presidente de Nestlé, Paul Bulcke, interviene en el Foro de Creación de Valor Compartido 2018 en Brasilia (Brasil), que giró en torno al tema «El agua como motor de los Objetivos de Desarrollo Sostenible».

Entre nuestros grupos de interés figuran inversores, organizaciones multilaterales, gobiernos, ONG, expertos académicos, comunidades locales, proveedores, consumidores y clientes corporativos (B2B).

Cada dos años, una entidad externa independiente realiza una evaluación de materialidad formal para identificar los temas más importantes para el negocio y los grupos de interés.

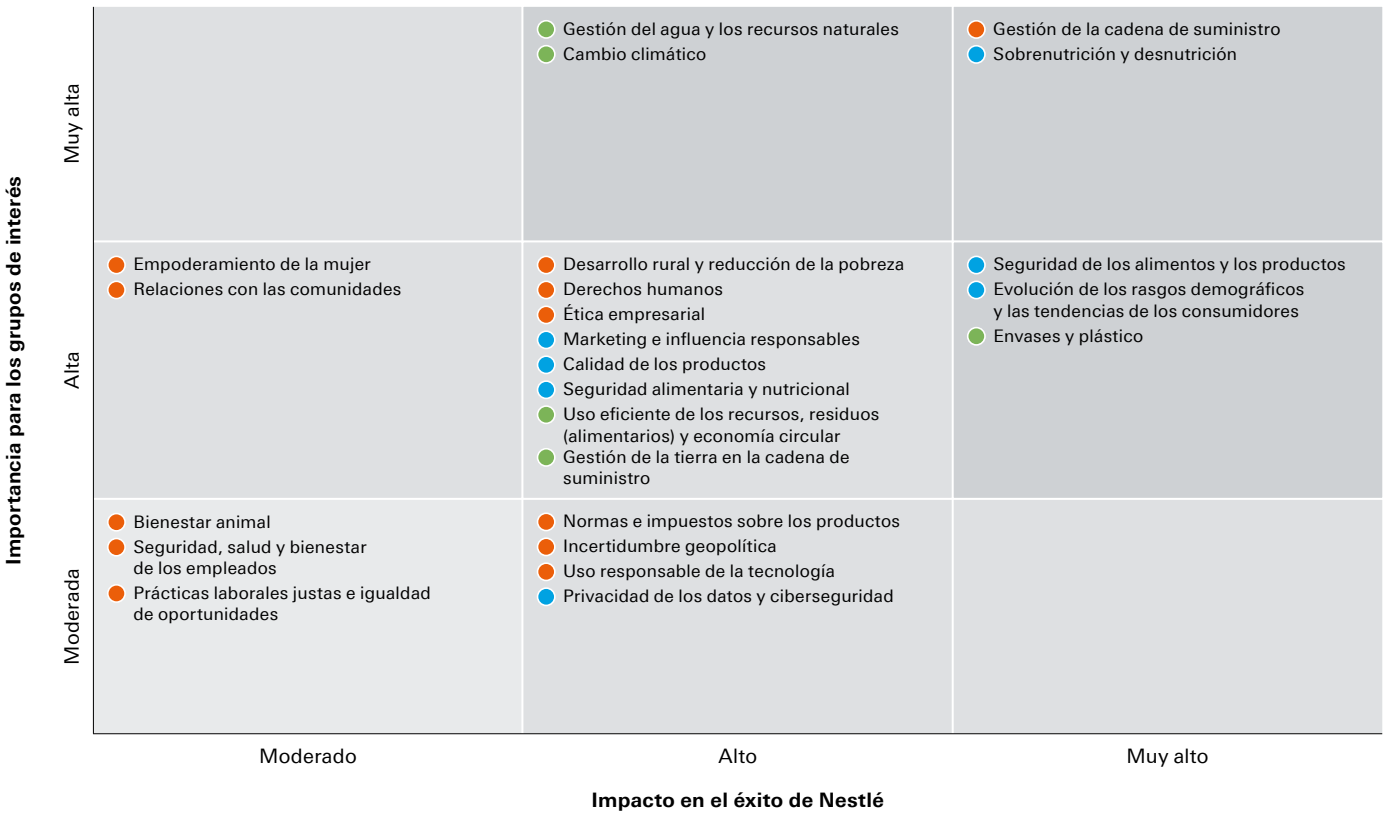
Nuestras convocatorias de grupos de interés y otros encuentros nos brindan oportunidades para el diálogo. En marzo de 2018, celebramos el Foro de Creación de Valor Compartido —al que asistieron el presidente y el consejero delegado de Nestlé— en paralelo al 8º Foro Mundial del Agua en Brasilia (Brasil). En 2018 nos reunimos con 660 empresas y 1.148 inversores en 23 ciudades.

Nuestros resultados en algunos índices destacados

Los reconocimientos y los premios no son nuestra motivación, pero nos enorgullece que nuestros esfuerzos en sostenibilidad sean reconocidos por las principales agencias de calificación y clasificación:

FTSE4Good	Nestlé ha formado parte del **Índice de inversión responsable FTSE4Good** ininterrumpidamente desde 2011.
ACCESS TO NUTRITION INDEX™	Primer puesto dentro de los 22 fabricantes de alimentos y bebidas en el índice **Acceso a la nutrición 2018 (Access to Nutrition Index™, ATNI)**.
MEMBER OF Dow Jones Sustainability Indices In Collaboration with RobecoSAM	Segundo puesto en el sector alimentario del **Índice de Sostenibilidad Dow Jones (DJSI)** de 2018; Nestlé obtuvo una puntuación de 100 por su desempeño en salud y nutrición, y mantuvo las mejores puntuaciones en medio ambiente y sociedad.
CDP DRIVING SUSTAINABLE ECONOMIES	Mantuvimos nuestra posición en la **Lista A del clima de CDP**.

Matriz de materialidad de Nestlé en 2018



Para personas y familias

- Sobrenutrición y desnutrición
- Marketing e influencia responsables
- Calidad de los productos
- Seguridad de los alimentos y los productos
- Evolución de los rasgos demográficos y las tendencias de los consumidores
- Seguridad alimentaria y nutricional
- Privacidad de los datos y ciberseguridad

Para nuestras comunidades

- Gestión de la cadena de suministro
- Empoderamiento de la mujer
- Normas e impuestos sobre los productos
- Derechos humanos
- Bienestar animal
- Ética empresarial
- Seguridad, salud y bienestar de los empleados
- Incertidumbre geopolítica
- Prácticas laborales justas e igualdad de oportunidades
- Desastres naturales
- Uso responsable de la tecnología
- Relaciones con las comunidades
- Desarrollo rural y reducción de la pobreza

Para el planeta

- Gestión del agua y los recursos naturales
- Uso eficiente de los recursos, residuos (alimentarios) y economía circular
- Gestión de la tierra en la cadena de suministro
- Cambio climático
- Envases y plástico