



NESTLÉ EN LA SOCIEDAD

Informe sobre Creación de Valor Compartido

2012

Nestlé en España

 **Nestlé**
A gusto con la vida



Índice

-
- 01** Sobre este informe
-
- 02** La visión de Bernard Meunier,
Consejero Delegado
de Nestlé España
-
- 04** Nestlé en el mundo y en España
-
- 20** Creación de Valor Compartido
-
- 32** Nutrición, Salud y Bienestar
-
- 46** Gestión sostenible del agua
-
- 52** Sostenibilidad ambiental
-
- 62** Desarrollo rural
-
- 72** Equipo humano
-
- 82** Acción social
-
- 92** Principales retos de Nestlé
-

Indicadores clave de Nestlé en España

	2011	2012	GRI*
ECONÓMICOS			
Ventas totales (millones de €)	2.085	2.107	EC1
Inversiones totales (millones de €)	116	98	
Exportaciones totales (% sobre volumen de fabricación total) (% Tm)	43,0%	44%	
Cifra de negocios procedente de nuevos productos ⁽¹⁾	15,0%	17,7%	
NUTRICIÓN			
Nuevos empleados de Nestlé en España que reciben formación en nutrición (%)	100%	100%	PR6
Productos analizados en el marco del programa 60/40+ (% sobre total de ventas)	37%	39%	PR1/FP4
Productos ganadores en el marco del programa 60/40+ (denominados 60/40+ win) (% sobre total de ventas de los productos testados)	78%	81%	PR1/FP4
Productos que cumplen el criterio Nutritional Foundation (NF) (% sobre total de ventas de los productos evaluados)	80%	81%	FP4
Número de niños beneficiarios de programas de educación nutricional de Nestlé	49.594	49.281	FP4
Comunicación responsable			
Productos cubiertos por el Nestlé Nutritional Compass (% sobre total de ventas)	100%	100%	PR3
Productos con la cantidad diaria orientativa (CDO) (% sobre total de ventas)	100%	100%	PR3
Visitas a <i>websites</i> o soportes <i>on-line</i> de Nestlé con contenidos nutricionales	3.412.613	4.456.145	FP8
Número de <i>newsletters</i> enviados <i>on-line</i> al consumidor sobre temas nutricionales	24.600.000	28.900.000	FP8
Publicidad de Nestlé en televisión dirigida a menores de 12 años que cumple con las políticas de marketing responsable (%) ⁽²⁾	98,40	99,99	PR6/PR7
Índice de satisfacción del consumidor (1 mínimo, 5 máximo)	4,08	4,16	PR5
Número de comunicaciones a profesionales de la salud	89.000	108.000	
SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL Y AGUA			
Inversiones totales en materia medioambiental (millones de euros) ⁽³⁾	7,1	2,8	EN30
Plantas con certificación ISO 14001 (%) / OHSAS 18001	100	100	EN26
Volumen de producción			
Total de volumen de producción (toneladas)	822.265	812.065	
Materiales			
Materias primas utilizadas, excepto agua (toneladas)	455.114	458.369	EN1
Material de embalaje (toneladas)	103.161	102.589	EN1
Embalaje por tonelada de producto (kg/tonelada de producto)	125,46	126,33	EN1
Agua			
Agua empleada (miles de m ³)	8.848	6.434	EN8
Agua empleada por tonelada de producto (m ³ /tonelada de producto)	10,76	7,92	EN8
Energía			
Consumo total de energía (gigajulios)	3.157.340	2.971.827	EN3/EN4
Consumo total de energía por tonelada de producto (gigajulios/tonelada de producto)	3,84	3,66	EN3/EN4
Emisiones, vertidos y residuos			
Emisiones directas de CO ² (toneladas)	151.965	152.834	EN16
Emisiones directas de CO ² por tonelada de producto (kg de CO ² /tonelada de producto)	185	188	EN16
Emisiones de CO ₂ en operaciones logísticas (kg de CO ² /toneladas de ventas ⁽⁴⁾)	107,34	102,05	EN17/EN29
Agua vertida (miles de m ³)	2.055	1.960	EN21
Agua vertida por tonelada de producto (m ³ /tonelada de producto)	2,50	2,41	EN21
Residuos totales (toneladas)	6.078	5.143	EN22
Residuos por tonelada de producto (kg/tonelada de producto)	7,39	6,33	EN22
Subproductos para valorización (toneladas)	99.441	95.734	EN22
Subproductos por tonelada de producto (kg/tonelada de producto)	120,94	117,90	EN22

	2011	2012	GRI*
DESARROLLO RURAL			
Inversión anual en programas de formación para proveedores lecheros (€)	313.000	248.000	
Microcréditos destinados a la mejora de explotaciones lecheras (€)	1.416.000	1.520.000	
Ganaderos lecheros formados mediante programas de desarrollo de las capacidades	562	512	
Proveedores lecheros verificados respecto a seguridad, calidad y procesamiento	562	512	
EQUIPO HUMANO			
Total de plantilla (plantilla media anual)	5.910	5.812	LA1
Plantilla media anual (hombres/mujeres)	3.890/2.020	3.770/2.042	LA1
Tasa total de rotación de empleados (%)	0,98	0,5	LA2
Promedio de antigüedad (años de permanencia en la empresa)	14	16	
Índice de absentismo total (porcentaje de horas de absentismo / total de horas trabajadas)	3,63	3,26	LA7
Auditorías CARE: no conformidades graves y críticas en materia de seguridad y salud laboral, medio ambiente, integridad en el negocio y relaciones laborales (%)	0,14	0	
Tasa total de nuevas contrataciones de empleados (%)	3,3	5,4	LA2
Plantilla con contrato indefinido (%)	87,89	90,89	LA1
Formación			
Total de horas de formación	208.008	180.164	
Horas de formación por empleado	35	31	LA10
Desarrollo profesional			
Personal promocionado (%)	10,3	5,65	
Personal promocionado por sexos (hombre/mujer) (%)	69/31	71/29	
Mujeres en puestos de liderazgo (%)	27	25	LA13
Salud y seguridad laboral (prevención de riesgos laborales)			
Muertes de empleados y contratistas	0	0	LA7
Índice de frecuencia de accidentes con baja de empleados y contratistas (número de accidentes con baja x 1.000.000 / número de horas trabajadas)	4,51	4,90	LA7
Índice total de frecuencia de accidentes de empleados y contratistas (número de accidentes con y sin baja x 1.000.000 / número de horas trabajadas)	7,79	6,13	LA7
Conciliación de la vida personal/profesional			
Empleados con posibilidad de acogerse a alguna medida de conciliación (%)	100	100	LA3
Diversidad			
Equivalente de empleo a discapacitados (incluidas las medidas alternativas LISMI) (%)	2,63	2,57	

(*) KPI correspondiente a un indicador GRI G3.1 (Global Reporting Initiative) y Food Processing Sector Supplement (FPSS).

(1) Estos datos no incluyen Nespresso.

(2) Según los compromisos adquiridos en el EU Pledge, Nestlé no dirige comunicaciones comerciales a niños de 4 y 5 años. Un programa se define como dirigido a niños si el 35% o más de su audiencia son niños con edades comprendidas entre esas edades. Nestlé restringe la dirigida a niños de entre 6 y 12 años a aquellos productos que cumplen el Nutritional Foundation.

(3) Estos datos no incluyen Nestlé Waters ni Nestlé Purina PetCare.

(4) Dato de 2011 recalculado en base a la modificación que incorpora las emisiones derivadas de las ventas de Nestlé Professional, no incluidas en el informe de 2011. No incluye Nestlé Healthcare Nutrition, Nespresso ni Nestlé Waters.



Alcance y proceso de elaboración

El objetivo de este Informe de Creación de Valor Compartido es proporcionar una visión transparente del desempeño de Nestlé en España, respecto a los impactos significativos de la organización en materia social, ambiental y económica y su relación con la generación de valor a largo plazo para los grupos de interés, informando sobre todos aquellos aspectos e iniciativas que puedan ser considerados como relevantes, tanto a nivel interno como externo.

El presente informe pretende aportar una visión de conjunto respecto a la contribución a la Creación de Valor Compartido de Nestlé en un contexto geográfico específicamente español. En él se recoge información referente a las actuaciones llevadas a cabo por la compañía durante 2012, tanto las más recientes como otras que ya han sido publicadas a lo largo del ejercicio, a través de notas de prensa o de nuestros «Cuadernos de reflexión en torno a la práctica empresarial responsable». Se incluye también información de las prácticas de Nestlé a nivel internacional, en aquellos casos en los que se ha considerado importante para contextualizar las actuaciones de Nestlé en España. Asimismo, todo este contenido se complementa con un listado de *websites* de interés al final del informe con contenidos *on-line*, donde se puede encontrar información ampliada referente a la Creación de Valor Compartido de Nestlé.

La publicación de este Informe sobre Creación de Valor Compartido de Nestlé en España refleja nuestro compromiso de comunicación sobre nuestro desempeño, alineando nuestra comunicación externa con las directrices sobre buenas prácticas en sostenibilidad a nivel internacional.

Durante el año 2012, Nestlé España ha hecho un ejercicio para alinearse con las directrices del Global Reporting Initiative (GRI), tanto en enfoque como en indicadores.

Entre los indicadores clave existen 42 que corresponden a indicadores del GRI. Durante 2013 se sigue trabajando en esta dirección.

El contenido recogido y los datos reportados en este informe abarcan, salvo excepciones indicadas, todas las sociedades controladas por Nestlé en España, (Nestlé España S.A., Productos del Café S.A., Helados y Postres S.A., Davigel España S.A., Nestlé Purina PetCare España S.A., Nestlé Waters España S.A., Aquarel Ibérica S.A., Nestlé Healthcare Nutrition S.A. y Cereal Partners España, AEIE (50%)). El hecho de que ciertos indicadores que aparecen en este informe se circunscriban a determinadas sociedades del Grupo, y no a todo el conjunto, se debe a que en dichos casos no existe unificación en el criterio de cálculo de los datos reportados por parte de todas las sociedades, por lo que se ha preferido expresarlos parcialmente. Precisamente, este informe tiene como objetivo adicional que en el futuro se puedan homogeneizar y completar los indicadores de gestión para todas las sociedades de Nestlé que operan en España.

Respecto al marco temporal, todas las operaciones y acciones descritas, salvo que se indique lo contrario, hacen referencia al año natural 2012, independientemente de que se incluya una serie de información adicional histórica y de contexto.

Tanto para la información cualitativa como para los indicadores de carácter cuantitativo, se ha tratado de mantener, además del mismo grado de cobertura y límite temporal, criterios de homogeneidad con otros informes y memorias de ámbito mundial publicadas por Nestlé S.A. De esta manera, se permite ampliar la información nacional con la de ámbito global, comparar esta información de forma coherente y evaluar nuestro rendimiento frente a la evolución de la compañía a escala mundial.

BERNARD MEUNIER, CONSEJERO DELEGADO DE NESTLÉ EN ESPAÑA

«Eficiencia e innovación, claves en 2012»

«La única manera de dar respuesta a las nuevas exigencias del consumidor es entendiendo la eficiencia y la innovación como dos elementos indivisibles de la misma ecuación»

Un año más seguimos hablando de crisis. ¿Cómo ha influido en el sector de la alimentación y, en concreto, en los resultados de Nestlé de 2012?

Este 2012 ha sido un año complicado en extremo, probablemente uno de los más difíciles de los últimos tiempos. La crisis económica se ha traducido en un estancamiento del consumo, no sólo en las compras hechas en los supermercados, sino especialmente en el consumo fuera del hogar, en la restauración. Por otra parte, las marcas blancas siguen incrementando su cuota de mercado, basándose en el factor precio.

A pesar de todo ello, el conjunto de las sociedades del Grupo en España ha conseguido un ligero crecimiento y ha alcanzado una cifra de negocios de 2.107 millones de euros, un 1% superior a la obtenida en el ejercicio anterior. Si bien las ventas en el mercado interior han decrecido ligeramente, las exportaciones han aumentado un 9%.

¿Cuál ha sido el factor principal que ha permitido defender esta posición en el mercado?

Un año más, la innovación ha resultado determinante. Su peso sobre la cifra de ventas ha sido de un 17,7% del total, un 20% superior al del año anterior.

En 2012, un año en el que los consumidores han visto considerablemente mermada su capacidad de compra, Nestlé ha procurado ofrecer productos que les aporten valor y se adecuen a necesidades específicas.

¿A qué se debe el impulso de las exportaciones?

Sin lugar a dudas, a la competitividad de nuestras fábricas españolas, una ventaja que se basa en dos pilares: por una parte, un equipo humano muy capacitado y profesional y, por otro, el mantenimiento del buen ritmo de las inversiones destinadas a los centros de producción en nuestros territorios.

La innovación y la competitividad han sido factores clave para conseguir crecer en este entorno.

A raíz de la difícil situación económica, ¿está cambiando el consumidor?

Sí, el consumidor está cambiando y no va a volver al mismo punto inicial cuando acabe la crisis. Vivimos una nueva realidad con un ciudadano cada vez más austero... y también más ético, más indignado, más exigente con la honestidad y el compromiso social de las empresas... y, por supuesto, más digital e interconectado. Tenemos que adaptarnos a la nueva realidad de un consumidor que se ha instalado en el *low cost* y que se ha vuelto extremadamente riguroso con el valor esperado de cada uno de los productos que compra, a la vez que cada vez menos fiel a las marcas.

¿Cómo se va a dar respuesta a las nuevas exigencias?

La única manera es entendiendo la eficiencia y la innovación como dos elementos indivisibles de la misma ecuación. La progresiva expansión del programa de eficiencia Nestlé Continuous Excellence en toda la organización y el impulso a la innovación, con especial foco en los



«A pesar de la crisis, el conjunto de las sociedades del Grupo en España ha alcanzado una cifra de negocios de 2.107 millones de euros, un 1% superior a la del ejercicio anterior»

productos a precios asequibles, nos han de permitir satisfacer las exigencias del consumidor. Sólo generando innovaciones que cubran de verdad sus expectativas podremos mantener nuestro liderazgo.

Un gran reto para toda la organización. ¿Están preparados para afrontarlo?

Sin lugar a dudas. Ahora es el momento de demostrar todo lo que hemos aprendido en los procesos de mejora continua y la cultura de alto rendimiento. Todos y cada uno de los que formamos Nestlé debemos tener una visión positiva, ser capaces de ver oportunidades en cada problema, salir de cada reunión con compromisos y planes de acción claros y priorizar nuestro tiempo y nuestros recursos en las cosas que son importantes. El alineamiento de objetivos, y trabajar como un único equipo, es la manera en la que podremos alcanzar cualquier reto que nos propongamos.

La responsabilidad social de la empresa, ¿qué papel juega en este entorno tan difícil?

Es tan importante lo que hacemos como la forma en que lo hacemos. Dirección y pasión, razón y corazón, son factores inseparables en nuestro trabajo. Y es fundamental gestionar nuestra actividad diaria pensando en crear valor para la

empresa y para la sociedad en la que desarrollamos nuestra actividad. Nestlé, con más de 105 años de presencia industrial en España, tiene un gran arraigo en esta tierra y un gran compromiso con sus gentes que queda patente con sus 6.000 empleados y sus 12 centros de producción. La apuesta por el empleo local y el desarrollo económico y social del país constituye la base de nuestra responsabilidad como empresa, lo que denominamos Creación de Valor Compartido.

Así pues, innovación y Creación de Valor Compartido, ¿pueden ir de la mano?

Pueden y deben. Henri Nestlé, en 1866, ya lo hizo. Observó a su alrededor, vio el grave problema de la mortalidad infantil e ideó la solución a ese problema: la harina lacteada. Sin tener en mente ningún discurso sobre responsabilidad e innovación, llevó a cabo una innovación social. Éste es un camino que abre enormes posibilidades en las empresas. Más que como una forma de gestionar riesgos, se trata de ver la RSC como la gestión de oportunidades, de detectar los retos de la sociedad a medio plazo en relación con la nutrición y la alimentación, y de darles respuesta mediante productos innovadores y que contribuyan a solucionar dichos retos. Una aventura apasionante.

«La apuesta por el empleo local y el desarrollo económico y social del país constituye la base de nuestra responsabilidad como empresa»





Nestlé en el mundo y en España

06 Nestlé, líder mundial
en nutrición, salud y bienestar

08 Hoja de ruta de Nestlé

09 Nestlé en España

12 Hechos relevantes de 2012

13 Organización de
la compañía en España

15 Equipo humano

16 Fechas clave de la historia
de Nestlé en España

17 Principales marcas

18 Principales innovaciones
en producto

Nestlé, líder mundial en nutrición, salud y bienestar

Nestlé se asienta sobre unos sólidos valores y principios humanos

En 1867 y tras numerosas pruebas, Henri Nestlé, emprendedor y apasionado de la investigación, elaboró la primera harina lacteada para bebés con el fin de ayudar a combatir la alta mortalidad infantil de la época. Su vocación de dar respuesta a las necesidades de la sociedad en materia de nutrición y salud y de contribuir al bienestar de la

población ha sido la base sobre la que se ha desarrollado la compañía Nestlé, que se asienta en unos sólidos valores y principios humanos.

En la actualidad, Nestlé, cuya sede se encuentra en Vevey (Suiza), es una compañía líder en su sector a nivel global que opera en prácticamente todos los países del mundo. En 2012, las ventas de Nestlé fueron de 92.186 millones de francos suizos, un 10,2% más que en el año anterior, con un beneficio neto de 10.611 millones de francos suizos. Un total de 339.397 personas componen la plantilla de la compañía, que en 2012 se incrementó también un 3,4%.

A nivel organizativo, Nestlé está estructurada en tres áreas geográficas: Europa, América y Asia-África-Oceanía.



339.000 empleados en todo el mundo

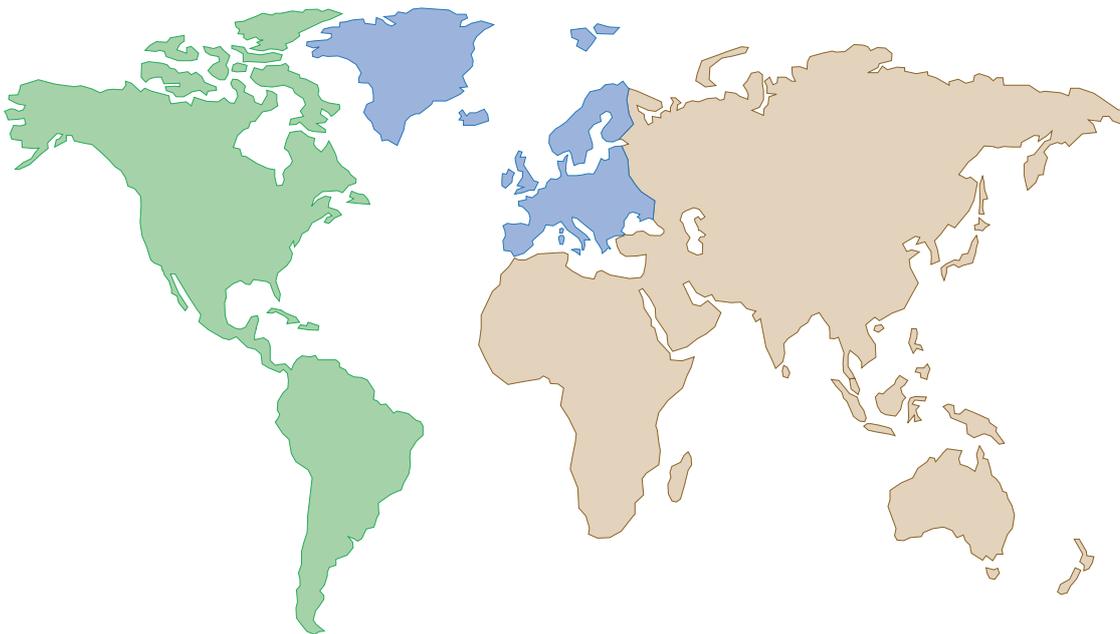
3,9 millones de personas se ganan la vida gracias a las operaciones comerciales de la compañía

690.054 agricultores trabajan con Nestlé

468 fábricas

194 países en los que opera

34 centros de investigación en cuatro continentes



La compañía, con sede en Suiza, opera en prácticamente todos los países del mundo

	Fábricas	Empleados	Ventas
Europa	153	28,4%	29%
América	171	33,2%	44%
Asia-África-Oceanía	144	38,4%	27%

NESTLÉ EN EL MUNDO

1ª compañía más admirada a nivel mundial en el sector alimentario de consumo (Fortune)

12ª compañía según el ranking Global RepTrak 100

33ª posición en el ranking The World's Most Powerful Brands 2012 (Forbes)

41ª puesto a nivel mundial según el ranking Brand Finance Global 500

24ª compañía a nivel mundial según el ranking The World's Top 50 Most Attractive Employers

Nestlé genera riqueza en todos los países en los que opera

Hoja de ruta de Nestlé

Ventajas competitivas

1. Amplia gama de productos y marcas adaptada a los gustos y las preferencias de los consumidores de cada país.
2. Gran red privada mundial de investigación y desarrollo (I+D) al servicio de la nutrición.
3. Amplia implantación geográfica.
4. Diversidad de nacionalidades y culturas del equipo humano, con unos mismos valores y objetivos comunes.

Motores de crecimiento

1. Nutrición, salud y bienestar.
2. Países emergentes y productos de precio popular (PPP).

3. Consumo fuera del hogar.
4. Productos Premium.

Pilares de las operaciones

1. Innovación y renovación para ofrecer productos que deleiten a los consumidores.
2. Eficiencia operacional para alcanzar la máxima calidad al menor coste y con el mejor servicio al cliente.
3. Productos Nestlé, en todo momento y lugar.
4. Comunicación responsable.





A pesar de la crisis, Nestlé en España alcanzó en 2012 un crecimiento del 1%

Nestlé en España

Crecimiento a pesar de la crisis

La Región Ibérica del Grupo Nestlé tiene su sede en España y actúa con plena responsabilidad sobre los mercados español y portugués. En 2012, el conjunto de la Región Ibérica logró mantener los resultados del ejercicio anterior, con unas ventas agregadas de 2.554 millones de euros.

A pesar del complejo entorno en que desarrolló su actividad en 2012, Nestlé en España consiguió un ligero **crecimiento** y alcanzó una **cifra de negocios de 2.107 millones de euros**, un 1% superior a la obtenida en el ejercicio anterior.

Si bien las ventas realizadas en el **mercado español** decrecieron ligeramente, situándose en 1.565 millones de euros (-1,5%), las **exportaciones** crecieron un 9% y sumaron un total de 542 millones de euros (26% del total de la cifra de negocio). Por zonas, Europa fue el destino más común y concentró el 85% de las ventas al exterior.

Innovación e inversión

Un año más, la innovación resultó determinante para defender la posición de mercado del conjunto de negocios de la compañía en el canal retail, a pesar del

imparable aumento del peso de las marcas de la distribución en el mercado alimentario.

El peso de la innovación sobre la cifra de ventas fue de un 17,7% del total, un 20% superior al del año anterior. Por su parte, los productos de precio popular crecieron un 6,5% respecto al pasado ejercicio.

En un año en el que los consumidores sufrieron especialmente y de manera generalizada las graves consecuencias de la crisis y vieron considerablemente mermada su capacidad de compra, Nestlé procuró acercarse al consumidor ofreciéndole productos que le aportaran valor y se adecuaran a sus necesidades específicas. La innovación y la competitividad fueron factores clave para conseguir crecer en este entorno.

Nestlé invirtió en España en 2012 más de 98 millones de euros. Del total, 83,3 millones se destinaron al ámbito de la producción y 14,8 millones al área de administración, ventas y tecnologías de la información.

Las fábricas que recibieron más inversión fueron las de Girona, La Penilla (Cantabria) y Valladolid. Por negocios, las mayores inversiones se destinaron a los de cafés, chocolates, productos culinarios y nutrición infantil.

Las exportaciones de Nestlé aumentaron un 9% en 2012



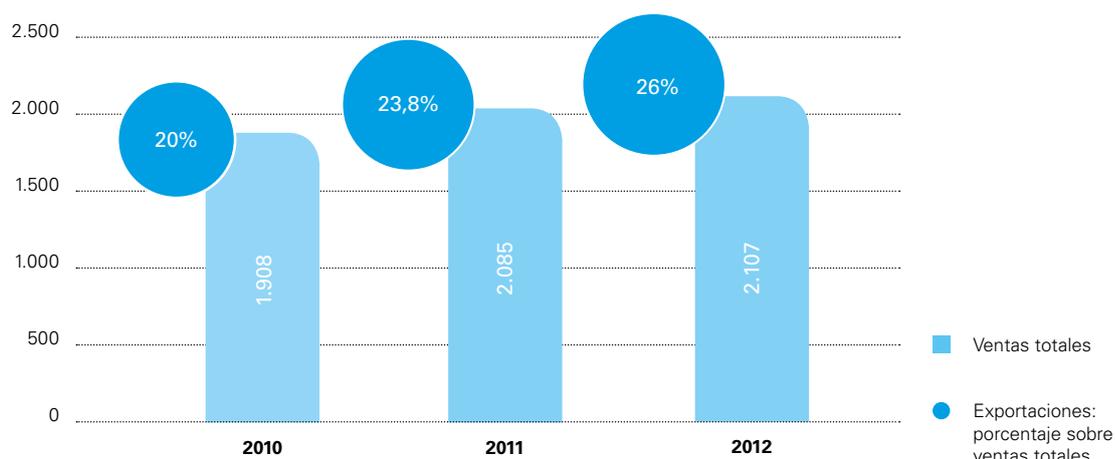
Principales datos económicos

Millones de euros

Indicadores económicos	2010	2011	2012
Ventas totales	1.908	2.085	2.107
Exportaciones	383	497	542
Inversiones totales	86	116	98
Inversiones industriales	68	100	83
Inversiones no industriales	18	16	15

Evolución de ventas totales y exportaciones

Millones de euros



NOTA: Desde el 1 de enero del 2011, Nestlé ha cambiado su forma de reportar la cifra de negocio, adaptándola a la interpretación generalmente aceptada de la International Financial Reporting Standards (IFRS). Este cambio implica una reducción de la cifra de negocio, pues se deducen de la cifra de ventas los descuentos así como una serie de retribuciones y promociones a clientes, lo que implica a su vez un incremento en el margen de beneficio. Esta modificación, no obstante, no tiene ningún impacto en el beneficio neto, beneficio por acción, *cash-flow* o partidas en el balance del Grupo.

INICIATIVA DESTACADA

«LA REVOLUCIÓN CREATIVA» DE LOS EMPLEADOS DE NESTLÉ

La innovación adquiere en estos momentos de crisis una especial importancia, pues es la base para mantener e incrementar la cuota del mercado y para luchar contra el factor precio. Además, supone una necesidad para las empresas que pretenden mantener su liderazgo y su competitividad.

Por ello, desde hace 15 años Nestlé impulsa la iniciativa Innova, un programa que aprovecha el potencial creativo de los empleados de la compañía incentivándoles a proponer nuevos productos. Cada año, la empresa otorga un premio a las mejores ideas y realiza un conjunto de actividades para contribuir a asentar dicha cultura.

En el marco de esta iniciativa, en 2012 Nestlé en España puso en marcha el programa «La revolución creativa», que se concretó en tres fases: un test de creatividad voluntario entre los empleados, que permitió definir el perfil creativo dominante de cada trabajador de Nestlé; el desarrollo de la herramienta Innova 2.0, que facilitó que las ideas de cada trabajador fueran compartidas y accesibles para el resto de la organización a la vez que enriquecidas por otras personas; y la celebración del Día del Consumidor, que permitió a los empleados de Nestlé conocer la realidad de consumidores de hogares con bajos ingresos u hogares formados sólo por personas mayores, así como afinar mejor sus hábitos de compra y consumo en alimentación.

Todo ello se complementó con la Semana de la Innovación, celebrada del 12 al 16 de noviembre, en la que tuvieron lugar *workshops* de innovación, charlas sobre cocina y talleres de elaboración de platos y recetas creativas.

La innovación ha sido fundamental en Nestlé durante 2012 para el éxito de la compañía



Hechos relevantes de 2012

La fábrica de NESCAFÉ Dolce Gusto en Girona recibió en 2012 una **nueva inversión de 50 millones de euros**. Esta inyección económica permitió ampliar la superficie de la planta en 3.600 m² y aumentar casi un 50% su capacidad de producción, que pasó de 1.700 millones de cápsulas anuales a 2.500 millones, además de generar 150 nuevos puestos de trabajo.

El presidente de la Xunta de Galicia, Alberto Núñez Feijóo, visitó la **fábrica de Pontecesures** con motivo de la inauguración de sus nuevas instalaciones el día 29 de mayo. Tras una inversión de 6,2 millones de euros, esta planta se convirtió en Centro Europeo de Producción de Leche Condensada, aumentando un 50% su volumen de producción anual y creando 22 nuevos puestos de trabajo.

Nestlé entró en el mercado del regalo personalizado con el **lanzamiento de «Díselo con Chocolate»**, una plataforma que permite al consumidor regalar una caja de bombones única y adaptada al gusto de su destinatario, a partir de las especialidades de la CAJA ROJA de Nestlé.

La compañía lanzó al mercado el **nuevo bombón Nestlé Gold Crème Croquante**, un nuevo producto del segmento *Premium* de bombones fabricado en el centro de La Penilla (Cantabria) y elaborado con cacao de Ghana y leche de explotaciones de la cornisa cantábrica.

Nestlé consiguió **cuatro premios Best Pack**, que reconocen la excelencia creativa en el sector de la alimentación y bebidas: Best Interactive de plata para «Díselo con Chocolate»; Promo-Direct de plata para «Sueldo para toda la vida»; Best Packaging de bronce para Cremas selectas creadas por Arzak; y Best Promo-Direct de bronce para «Día de la Madre».

En mayo se celebró la **segunda edición del «Día del Consumidor»**, una iniciativa que implica a los trabajadores de Nestlé en el proceso de conocimiento del comprador/consumidor. En esta edición el objeto de estudio fue el colectivo de personas mayores.

En el marco de The Alimentaria Hub 2012, Nestlé organizó el **I Foro Nestlé de Creación de Valor Compartido**, donde profesionales de la industria alimentaria debatieron sobre los retos para un futuro sostenible en el sector de la alimentación, así como sobre las oportunidades en los ámbitos de creación de valor compartido y sostenibilidad para los próximos años.

Nestlé España lanzó **una nueva web corporativa** (www.empresa.nestle.es) compuesta de distintas secciones con información de carácter empresarial y que complementa a «A gusto con la vida», un portal centrado en contenidos para los consumidores.

La consultoría independiente Reputation Institute, líder mundial dedicada a la gestión de la reputación, situó a Nestlé España en la **cuarta posición en el informe anual RepTrak Pulse España**, que mide la excelencia en reputación corporativa según percepciones emocionales y racionales. La compañía se erige como líder en la dimensión Ciudadanía.

Los trabajadores de Nestlé y la propia empresa donaron **14.000 kilos de productos a los Bancos de Alimentos** gracias a la campaña «La Gran Recogida de Alimentos», que tuvo lugar semanas antes de Navidad. Más de 800 empleados lograron recaudar 7.000 kilos de productos, a los que se sumaron otros tantos kilos donados por la compañía.

Organización de la compañía en España

Nestlé en España se enmarca dentro de la Región Ibérica del Grupo Nestlé, que incluye los mercados español y portugués. Las sinergias que se producen entre los negocios en España y en Portugal permiten un modelo que suma valores y competencias entre ambos países. Bernard Meunier es Jefe de Mercado de la Región Ibérica de Nestlé y también Vicepresidente y Director General de la principal sociedad de Nestlé en España, Nestlé España, S.A.

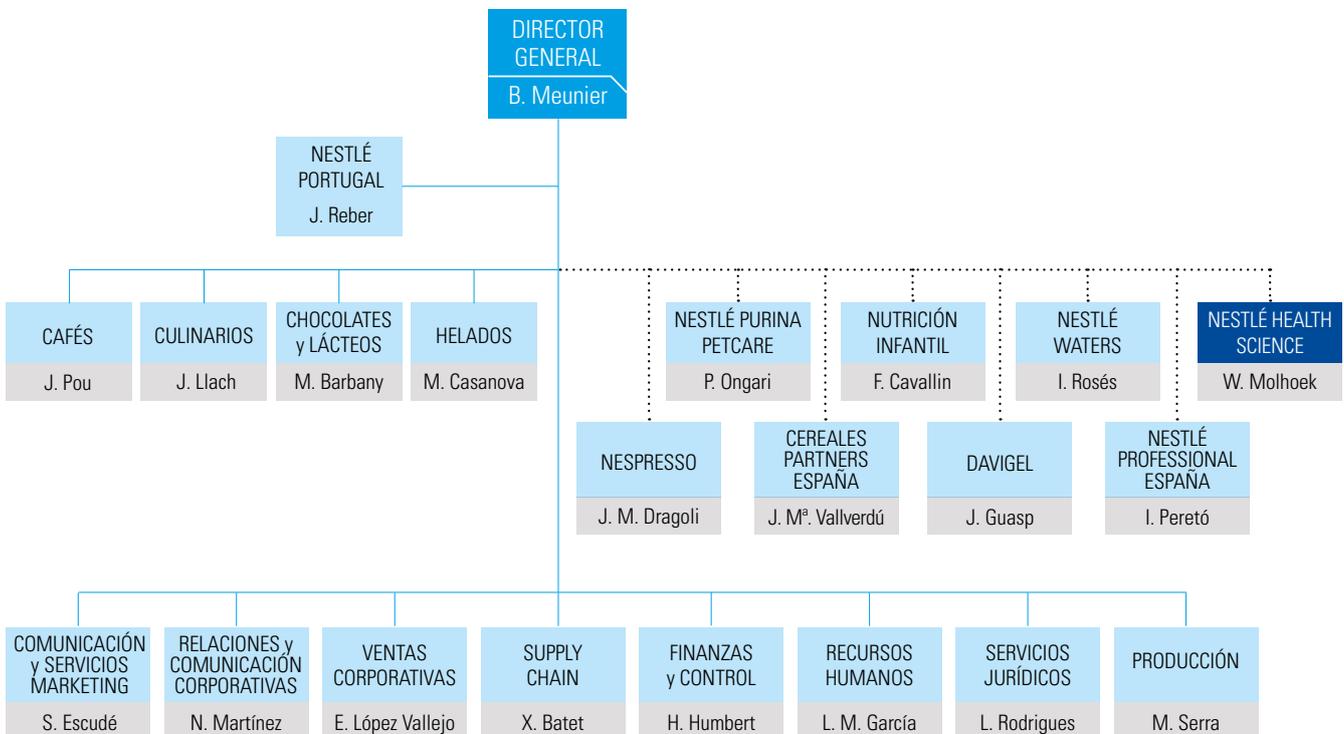
Sociedades Nestlé operativas en España

- ▶ Nestlé España, S.A.
- ▶ Productos del Café, S.A.
- ▶ Helados y Postres, S.A.
- ▶ Davigel España, S.A.
- ▶ Nestlé Purina PetCare España, S.A.
- ▶ Nestlé Waters España, S.A.
- ▶ Aquarel Ibérica, S.A.
- ▶ Cereal Partners España, AEIE (50%).
- ▶ Nestlé Healthcare Nutrition, S.A.

La región ibérica del Grupo Nestlé incluye los mercados español y portugués

Estructura de Nestlé en España

Nestlé en España se estructura a partir de direcciones de negocio apoyadas por direcciones de ámbito corporativo, según se recoge en el organigrama interno de la compañía, las cuales permiten la gestión de las distintas gamas de producto.



Cargos a junio de 2013.

Centros de producción

En España Nestlé cuenta con 12 centros de producción distribuidos en siete comunidades autónomas.

La sede central se encuentra en Esplugues de Llobregat (Barcelona).

Hay 12 centros de producción de Nestlé en siete comunidades autónomas

- Nestlé España
- Nestlé Waters
- Nestlé Purina PetCare
- Oficina Central Nestlé España S.A.



Centros de producción	Productos
1 La Penilla (Cantabria)	Harinas infantiles Cacao soluble Chocolates y confitería Leche en polvo
2 Araia (Álava)	Helados
3 Girona	Café soluble Café tostado Bebidas en cápsulas monodosis
4 Reus (Tarragona)	Café tostado
5 Miajadas (Cáceres)	Salsas de tomate
6 Valladolid	Ultracongelados Culinarios refrigerados
7 Pontecesures (Pontevedra)	Leche condensada
8 Gijón (Asturias)	Platos preparados
9 Sevares (Asturias)	Leches dietéticas líquidas Tarritos y zumos infantiles
10 Viladrau (Girona)	Aguas embotelladas
11 Herrera del Duque (Badajoz)	Aguas embotelladas
12 Castellbisbal (Barcelona)	Alimentos para mascotas

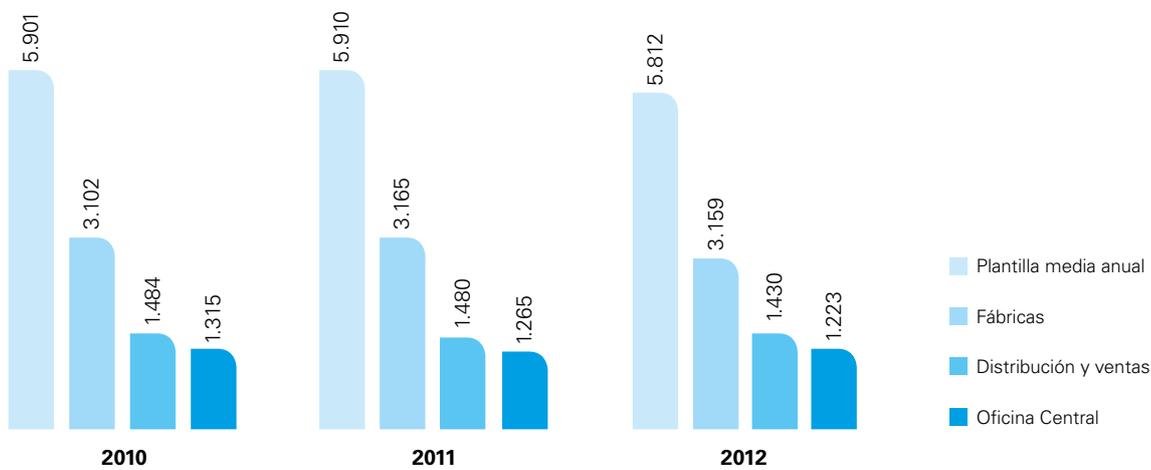
Equipo humano

En 2012 la plantilla de Nestlé en España disminuyó ligeramente, llegando a los 5.812 empleados. El índice de permanencia del personal en la compañía es alto y se sitúa en los 16 años de promedio. La vocación de Nestlé de relación a largo plazo con sus

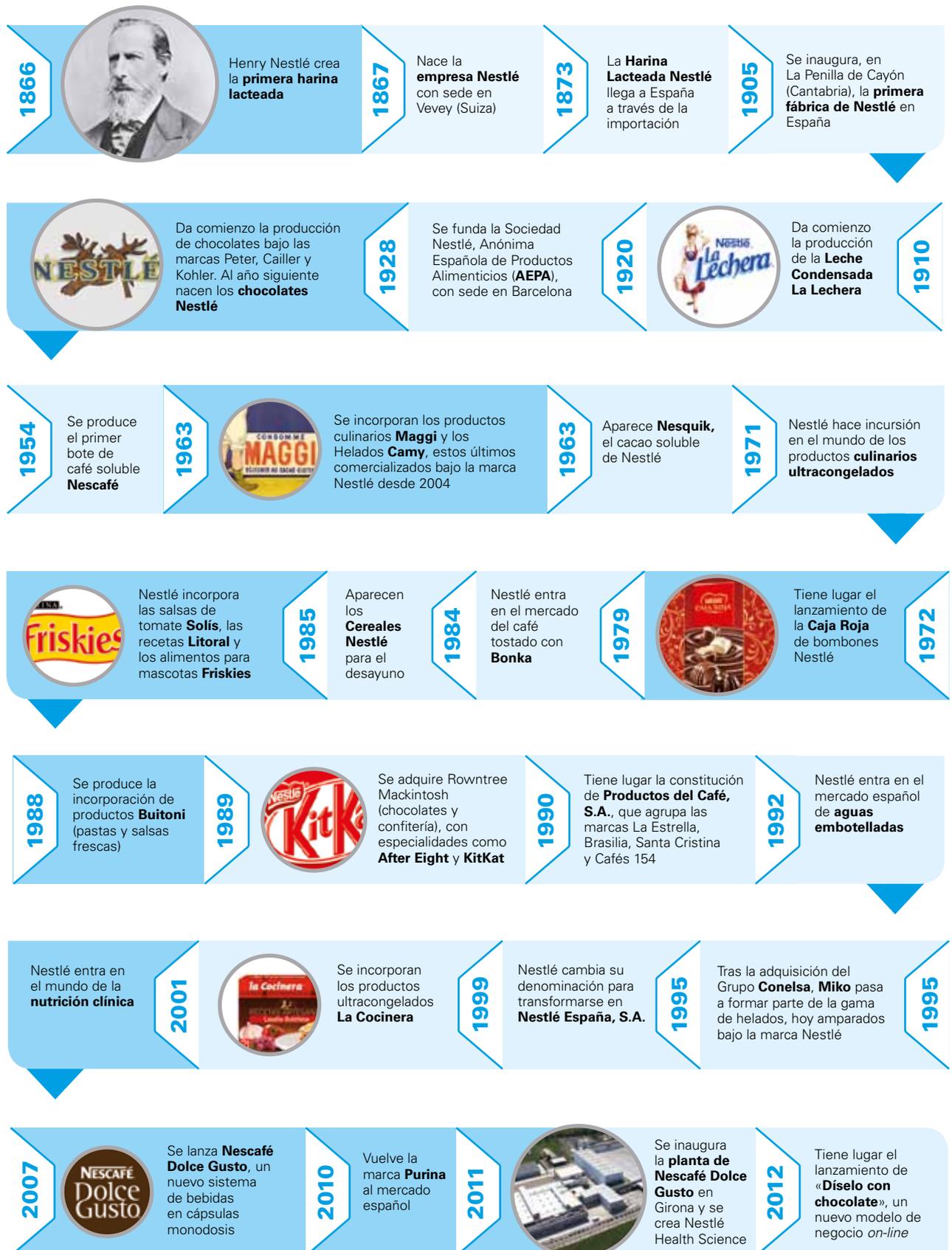
trabajadores se traduce en la aplicación de políticas de promoción interna que garantizan el desarrollo profesional, lo que redunda en la implicación de los empleados para la consecución de los objetivos y en su orgullo de pertenencia a la organización.

El índice de permanencia del personal en Nestlé es de 16 años de promedio

Evolución de la plantilla media anual



Fechas clave de la historia de Nestlé en España



Principales marcas

CHOCOLATES



CEREALES



HELADOS



CAFÉS



ALIMENTOS PARA MASCOTAS



AGUAS EMBOTELLADAS



CULINARIOS



LÁCTEOS



ALIMENTACIÓN INFANTIL



FUERA DEL HOGAR



Principales innovaciones en producto

CHOCOLATES

- ▶ Nestlé Postres Blanco e Intenso
- ▶ Extrafino Crujiente de Kikos
- ▶ Nestlé Gold Crème Croquante



CEREALES

- ▶ Fitness Chocolate Blanco
- ▶ Cereales Lion



CAFÉS

- ▶ Nescafé 3 en 1
- ▶ Nuevos sabores Nescafé Dolce Gusto: Cortado descafeinado y Nестea limón
- ▶ Nescafé Classic Crème
- ▶ Nuevas máquinas Nescafé Dolce Gusto: Melody 3 y Limited Edition Custo



LÁCTEOS

- ▶ Leche evaporada Ideal
- ▶ Nesquik Sabor Fresa
- ▶ Nesquik Sabor Plátano



ALIMENTOS PARA MASCOTAS

- ▶ Felix Fantastic
- ▶ Felix Party mix
- ▶ Pro Plan Light
- ▶ Pro Plan Derma Plus
- ▶ Friskies Crunchy & Tender



CULINARIOS

- ▶ Cremas Selectas La Cocinera
- ▶ Empanada Gallega La Cocinera
- ▶ Buitoni Completissimo
- ▶ Salsa de tomate para Pizza Solís
- ▶ Puré en cups de Maggi
- ▶ Rellenos para empanadillas La Cocinera
- ▶ Maggi idea para pollo crujiente



HELADOS

- ▶ Maxibon Cono
- ▶ Nestlé Gold Contraste
- ▶ Nestlé Gold Selection «Mojito»
- ▶ Pirulo Jungly
- ▶ Nuevas variedades La Lechera



ALIMENTACIÓN INFANTIL

- ▶ Gama Nestlé Junior
- ▶ Gama Nestlé Energy Crecimiento
- ▶ Nestlé Iogolino (bebida de yogur y postre lácteo)
- ▶ Nestlé PequeMerienda



NESTLÉ PROFESSIONAL

- ▶ Nescafé Milano, solución de bebidas para restauración
- ▶ Nestlé Alegria, solución de bebidas para hospitales



AGUAS

- ▶ Nestlé Aquarel, nueva botella de 1.5L
- ▶ Nestlé Aquarel, nuevo tapón Sport
- ▶ Perrier, con un toque de limón
- ▶ Nuevos refrescos de San Pellegrino, Limonata y Aranciata



NestléHealthScience

- ▶ Meritene Activ
- ▶ Meritene Neutro al Plato
- ▶ Nueva generación de envases de nutrición enteral:
 - SmartFlex®
 - Resource Senior Activ
 - Resource Support Plus
 - Renutryl
 - Infasource
 - Resource 2.0 shot





 **Nestlé**
Good Food Good Life



Creación de Valor Compartido

22 La Creación de Valor Compartido como motor social

23 *Compliance:*
cumplir con la legalidad

26 Sostenibilidad: proteger el futuro

27 Nestlé Continuous Excellence

28 Diálogo con los grupos de interés

30 Nestlé: una marca bien valorada

31 Mi visión de la Creación de Valor Compartido

La Creación de Valor Compartido como motor social

Nestlé genera valor para los habitantes de los países en los que está presente

Para Nestlé es fundamental desarrollar sus actividades de negocio teniendo en cuenta las necesidades y los retos de la sociedad. Bajo esta premisa se engloba el concepto de Creación de Valor Compartido de Nestlé, que implica que la compañía genera valor para sus accionistas pero también para la sociedad de los países en los que está presente.

¿De qué modo se lleva a cabo este cometido? El primer paso es identificar los retos que tienen en común la actividad de Nestlé y la sociedad, con el fin de determinar las áreas más relevantes de actuación. En este sentido, la compañía se centra en tres ámbitos fundamentales: la **nutrición**, dado que los alimentos constituyen la base de la salud y del negocio de Nestlé; el **agua**, porque su calidad y disponibilidad resultan esenciales para la vida, la producción de alimentos y la actividad empresarial; y el

desarrollo rural, puesto que el bienestar de los agricultores, las comunidades rurales y los proveedores es básico para el funcionamiento de Nestlé.

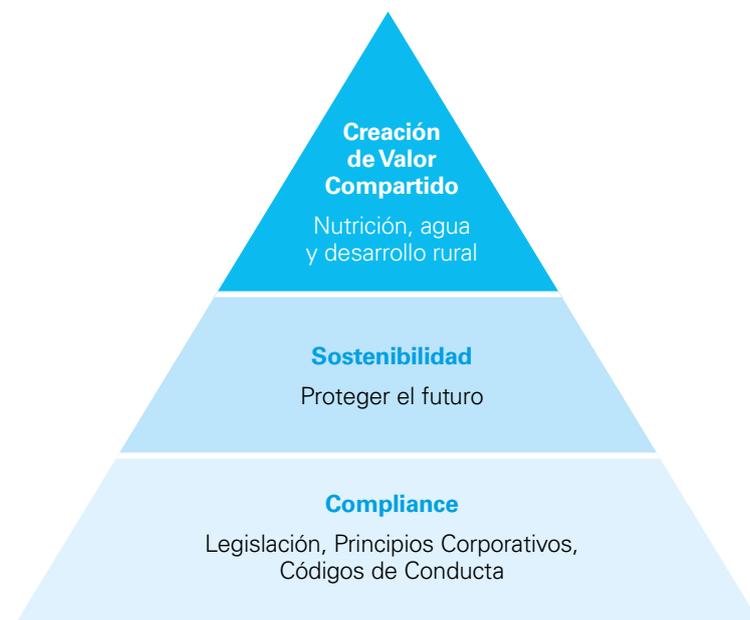
La filosofía de Creación de Valor Compartido se impulsa a nivel internacional desde el Consejo de Creación de Valor Compartido de Nestlé, cuyos miembros son reconocidos expertos en aspectos relacionados con la nutrición, los recursos hídricos y el desarrollo rural, y en España, desde el Comité de Creación de Valor Compartido, formado por especialistas en distintas áreas corporativas de la empresa.

El modelo de responsabilidad social corporativa de Nestlé tiene forma piramidal. En la cúspide de la pirámide se encuentra la filosofía de Creación de Valor Compartido, que se asienta sobre dos valores también muy importantes para la empresa: el *compliance* y la sostenibilidad.

«Para que una empresa tenga éxito a lo largo del tiempo debe englobar la Creación de Valor Compartido. Su mayor virtud reside en el hecho de que es un concepto abierto. Todo el mundo puede adoptarlo»

Paul Bulcke, Consejero Delegado de Nestlé

Es necesario identificar los retos que tienen en común la actividad de Nestlé y la sociedad



Compliance: cumplir con la legalidad



El *compliance* se refiere al compromiso de Nestlé de actuar con honestidad, integridad y respeto por las leyes y reglamentos, así como por las normas internas de la compañía, que se basan en los Principios Corporativos Empresariales de Nestlé y en otros documentos corporativos, como el Código de Conducta Empresarial de Nestlé.

Mediante el *compliance*, la empresa protege su reputación y se gana la confianza de los consumidores, los clientes, los proveedores y los inversores, lo que influye de forma positiva en los resultados de Nestlé y en el valor de sus acciones.

A nivel internacional, el *compliance* se desarrolla a través del Chief Compliance Officer, que es miembro del Executive Board of Nestlé, S.A. y del Comité de Compliance Central del Grupo Nestlé, cuyos miembros son personas con funciones corporativas y pertenecientes a los negocios, y en España, mediante el Comité de Compliance Ibérico.

Este modelo se replica, a su vez, en cada uno de los mercados en los que Nestlé está presente.

Código de Conducta Empresarial de Nestlé

El Código de Conducta, aprobado en 2007, desarrolla los Principios Corporativos de Nestlé y establece orientaciones adicionales, fijando los estándares mínimos de aplicación global en todo el mundo. Constituye una guía para los trabajadores sobre las conductas aceptables y las no aceptables en el ámbito empresarial.

Los tres principios básicos que todo empleado debe seguir en sus actividades relacionadas con Nestlé son:

1. Evitar cualquier conducta que pueda dañar o poner en peligro a Nestlé o su reputación.
2. Actuar legal y honestamente.
3. Anteponer los intereses de la compañía sobre los intereses personales o de otra índole.

El código consta de 14 artículos, que destacan las siguientes conductas a seguir:

Mediante el *compliance* Nestlé protege su reputación y se gana la confianza de los consumidores



1. El respeto a la legislación vigente local.
2. La actuación en función de los mejores intereses de la empresa, evitando conflictos de esta índole.
3. La aceptación de cargos y actividades externas sólo si son coherentes con los principios y la reputación de la compañía.
4. El rigor en las prácticas de contratación justas.
5. La búsqueda constante de las mejores oportunidades de negocio.
6. La observancia de las normas de uso de la información privilegiada.

7. La defensa de la libre competencia.
8. La protección de la información confidencial.
9. La honestidad y el respeto por los bienes y activos de la compañía.
10. El rechazo a toda forma de soborno o corrupción.
11. El cumplimiento de las normas relativas a aceptación de regalos, comidas y otras actividades lúdicas.
12. El fomento de la diversidad en el equipo humano, rechazando cualquier tipo de acoso.
13. La responsabilidad personal.
14. La comunicación de conductas inapropiadas e ilegales.

Durante el año 2012, entre otras actividades, el Comité de Compliance Ibérico de Nestlé puso énfasis en desarrollar dos aspectos fundamentales del Código de Conducta, dada su relevancia en el contexto económico y social actual en nuestro país:

- ▶ Asegurar el cumplimiento de los artículos 10 y 11, mediante la puesta en marcha, a finales de año, de un curso *on-line* sobre anticorrupción.
- ▶ Seguir enfocando en profundidad todos los aspectos relacionados con el artículo 7 sobre libre competencia y medidas antitrust a través de sesiones de formación presenciales sobre derecho de la competencia, a las que asistieron más de 500 empleados de Nestlé en España.

El Código de Conducta de Nestlé constituye una guía sobre las conductas aceptables y las no aceptables en la empresa

LA INTEGRITY LINE

Desde marzo de 2012, las sociedades del Grupo Nestlé en España cuentan con la denominada Integrity Line, el medio interno extraordinario a través del cual todos los empleados pueden formular comunicaciones sobre potenciales actuaciones contrarias al Código de Conducta Empresarial o a la legalidad vigente, siempre que, en este último caso, puedan afectar al orden laboral o ser constitutivas de un delito. La Integrity Line está bajo la responsabilidad del Consejero Delegado de Nestlé España, Bernard Meunier.

En la Integrity Line, las comunicaciones deben realizarse a través de un teléfono permanente y gratuito del sistema Speak Up, gestionado por una empresa externa, y la atención se lleva a cabo mediante una voz que guía al comunicante a través de los diferentes pasos. Con este procedimiento se asegura que la identidad del comunicante o de cualquier persona denunciada esté debidamente protegida.



Auditorías CARE

El cumplimiento de la ley y los Principios Nestlé en materia de recursos humanos, salud, medio ambiente e integridad empresarial es evaluado por medio del programa CARE, consistente en la realización de auditorías por parte de compañías externas en todos los centros de trabajo.

Dentro de este programa, en 2012 se ha implementado el nuevo pilar de seguridad, cuya misión es proteger a los empleados de Nestlé, los activos de la compañía, las marcas y la reputación de cualquier agresión exterior, colaborando con los servicios jurídicos y otras unidades implicadas. También permite proveer estándares de seguridad para todas las propiedades de Nestlé y realizar evaluaciones regulares para asegurar el cumplimiento de esos estándares con el fin de crear un entorno de trabajo seguro.

En 2012, se llevaron a cabo auditorías CARE en la Oficina Central de Esplugues de Llobregat (Barcelona), las fábricas de Miajadas (Cáceres), Sebares (Asturias), Gijón, Pontecesures (Pontevedra), Girona y La Penilla (Cantabria), y en diferentes

departamentos de Nestlé Waters, Helados y Postres y Nestlé Purina Petcare, además de la oficina central en Portugal.

En ellas, sólo se detectaron no conformidades menores y ninguna falta crítica o grave.

Responsible Sourcing Audit, un paso más para asegurar la RSE entre los proveedores de Nestlé

La Creación de Valor Compartido implica que la compañía no sólo gestiona de manera responsable sus actividades, sino que fomenta la responsabilidad social corporativa entre sus proveedores. En este sentido, en 2012 Nestlé ha llevado a cabo la iniciativa Responsible Sourcing Audit (RSA), que consiste en la realización de auditorías éticas que verifican aspectos medioambientales, de salud y de seguridad laboral, así como estándares de trabajo e integridad empresarial a los proveedores de Nestlé.

Hasta ahora, el programa RSA se había implementado sólo en países de alto riesgo y en proveedores de materias primas

Hasta 2012
Nestlé ha llevado
a cabo 2.500
auditorías éticas

y embalajes, y a partir de 2012 se ha extendido a todos los mercados Nestlé y a todos los ámbitos de compras de la empresa (materias primas, *packaging* y servicios y materiales indirectos).

Un único *gap* en la auditoría, que es llevada a cabo por una empresa auditora externa (SGS, Bureau Veritas o Intertek), supone considerar al proveedor como «no *compliance*» y lo obliga a solucionarlo en un período que va desde los 90 días en los casos más leves

hasta los 30 en los *gaps* críticos. Algunas empresas han dejado de ser proveedores de Nestlé por no cumplir con el nivel exigido.

Hasta 2012 se habían realizado unas 2.500 auditorías éticas. Para 2015 se espera que 10.000 proveedores (750 en Europa) hayan aprobado este tipo de auditoría. En la Región Ibérica, en 2012 se auditó a 44 proveedores, y se prevé realizar 55 auditorías más durante 2013.



El objetivo final es satisfacer las necesidades actuales protegiendo el medio ambiente

Sostenibilidad: proteger el futuro

Otro de los pilares básicos para la Creación de Valor Compartido es el concepto de **sostenibilidad**. En sus procesos de producción, Nestlé utiliza recursos naturales, como agua o energía, pero es consciente de que no son inagotables. Por ello, lleva a cabo acciones encaminadas a reducir su consumo y a asegurarse de que estos recursos tengan su origen en prácticas sostenibles.

La sostenibilidad incluye todas aquellas iniciativas orientadas a la gestión integral de la cadena de aprovisionamiento, tanto en lo que se refiere a la minimización del uso de recursos naturales como a la

reducción de residuos y del impacto medioambiental de las fábricas.

El objetivo final es satisfacer las necesidades actuales protegiendo el medio ambiente, para garantizar así el futuro de las siguientes generaciones.

El Consejo de Sostenibilidad Operativa de Nestlé se reúne mensualmente desde 2007 para examinar de forma continuada el modo en que la compañía puede seguir mejorando su sostenibilidad mediante operaciones más eficientes y mejoras de la actuación medioambiental.



Nestlé Continuous Excellence: la excelencia es posible

Alcanzar la excelencia en todas las áreas y las actividades de la empresa es el objetivo del programa Nestlé Continuous Excellence (NCE), que desde el año 2008 promueve la eficiencia operativa en todo el negocio y una mentalidad de «cero accidentes, cero defectos, cero pérdidas» en toda la cadena de valor.

La implementación de NCE se viene haciendo de manera gradual y representa una importante transformación en Nestlé que implica cambios tanto en la forma de trabajar de las personas como en las metodologías utilizadas.

Gracias a NCE se facilita la labor de compartir buenas prácticas de fabricación, liderazgo, desarrollo personal y gestión del rendimiento. También se impulsa la integración de normas operativas en las fábricas que dan lugar a menos accidentes y menos residuos, y a una mayor productividad, así como a reducciones de paradas no planificadas, defectos de calidad y, en definitiva, quejas de consumidores.

Los éxitos de esta iniciativa se reflejan también en el ámbito medioambiental. Algunos ejemplos de las mejoras ejecutadas por los equipos de trabajo en marcha apoyan los objetivos de sostenibilidad a través de la reducción de materiales de embalaje,

la disminución del consumo de agua o la rebaja del consumo de energía, siempre manteniendo la calidad y buscando la satisfacción de los consumidores.

Las fábricas de Nestlé España y los equipos de Supply Chain, Ventas, Recursos Humanos y Finanzas aplican ya el programa NCE, que se extenderá progresivamente a las demás áreas de la empresa. Más de 4.500 personas de la plantilla de Nestlé en España participan ya activamente en esta iniciativa.

El NCE promueve la eficiencia operativa en todo el negocio



Nestlé participa en foros para explicar su filosofía de Creación de Valor Compartido

Diálogo con los grupos de interés

Nestlé considera que su responsabilidad con la sociedad va más allá de la acción social y de la solidaridad, e incluye también la participación de la compañía en foros sobre responsabilidad social con el fin de explicar su filosofía de Creación de Valor Compartido a los distintos grupos de interés.

Foro Global de Creación de Valor Compartido 2012

Anualmente, Nestlé organiza, con la colaboración de organismos internacionales, el Foro Global de Creación de Valor Compartido, que en 2012 tuvo lugar en Delhi

(India), con la implicación de la Federación de Cámaras de Comercio Indias (FICCI).

El debate del foro se centró en las prioridades de Nestlé en materia de nutrición, agua y desarrollo rural, eje central de las actividades empresariales de la compañía, dejando constancia del impacto positivo que la Creación de Valor Compartido puede tener en las empresas de todo el mundo.

Más de 450 representantes de distintos gobiernos, la sociedad y el sector empresarial participaron en el evento para debatir acerca del papel de las empresas en el desarrollo, especialmente en el sureste asiático.

En 2012 el Foro Global de Creación de Valor Compartido se celebró en Delhi



PREMIO DE CREACIÓN DE VALOR COMPARTIDO 2012

La Fundación Paraguaya de Cooperación y Desarrollo, cuya misión es potenciar la escolarización y el espíritu empresarial entre la gente joven, fue la ganadora del Premio Nestlé de Creación de Valor Compartido de 2012, que se dio a conocer durante el Foro Global sobre Creación de Valor Compartido celebrado en Delhi (India).

Nestlé concedió el premio a esta fundación por su proyecto de escuela agrícola autosuficiente, que garantiza que los alumnos reciben formación adicional a nivel técnico y empresarial, además de su programa de estudios normal.

EN ESPAÑA

I Foro Nestlé de Creación de Valor Compartido en Alimentaria

En el marco de The Alimentaria Hub, Nestlé España organizó el 26 de marzo de 2012 el I Foro Nestlé de Creación de Valor Compartido, que giró en torno a los retos para un futuro sostenible en el sector de la alimentación. El objetivo fue compartir estos retos con los más de 200 profesionales de la industria alimentaria que acudieron a la cita, así como las tendencias y las oportunidades en los ámbitos de creación de valor compartido y sostenibilidad para los próximos años.

Los ponentes abordaron temas como el incremento de la demanda de alimentos y de agua provocado por el aumento de la población mundial, el desarrollo económico y social de las comunidades rurales o los problemas relacionados con la nutrición, como la obesidad o las deficiencias nutricionales, entre otros.

Ponentes

- ▶ John Elkington, cofundador de SustainAbility y socio fundador y director de Volans.
- ▶ José M^a Ordovás, profesor y director del Laboratorio de Nutrición y Genómica del USDA-HNRCA de la Universidad de Tufts (Estados Unidos), director científico del IMDEA Alimentación y colaborador sénior en el CNIC.
- ▶ Stuart Orr, Freshwater Programm WWF Manager.
- ▶ Ignasi Carreras, director del Instituto de Innovación Social de ESADE Business School.
- ▶ Bernard Meunier, director general de Nestlé España.

Moderadora

Arantxa Corella, periodista especializada en temas relacionados con la responsabilidad social corporativa.



Doscientos profesionales de la industria alimentaria asistieron al Foro Nestlé de Creación de Valor Compartido

Nestlé aportó consejos sobre alimentación y el cuidado de los niños

Foro de Estilo Sostenible, una iniciativa a favor del ahorro y el cuidado del medio ambiente

Nestlé apoyó la campaña ConsumeConCabeza iniciada en septiembre de 2012, cuyo objetivo era facilitar a los ciudadanos consejos prácticos y sencillos en materia de consumo que les ayuden a ahorrar y a cuidar de su salud y del medio ambiente.

Esta iniciativa, promovida por la Fundación Entorno BCSD-España y enmarcada dentro del Foro Estilo Sostenible, se dirigió a todos

los consumidores interesados en un cambio en su estilo de vida, más aun en el actual contexto de crisis.

Nestlé, junto con otras nueve importantes empresas, aportó a través de la web **www.consumeconcabeza.es** información, recomendaciones y consejos a los padres para el cuidado y la alimentación de los más pequeños. Las aportaciones de cada empresa, organizadas por quincenas, pretendían concienciar al ciudadano del ahorro diario mediante acciones y gestos cotidianos, tanto en su hogar como en sus pautas de consumo.

Nestlé: una marca bien valorada



EN EL MUNDO

- ▶ Por segundo año consecutivo, inclusión en el **índice FTSE4Good**, que agrupa compañías que cumplen con las prácticas de responsabilidad corporativa establecidas por esta organización.

Nestlé: única empresa de fórmulas infantiles que ha superado los requisitos fijados por FTSE4Good sobre el cumplimiento del Código de la Organización Mundial de la Salud en la comercialización de sucedáneos de la leche materna.

- ▶ **1ª posición** en la lista de empresas mundiales que centran sus esfuerzos por divulgar y reducir sus emisiones de carbono, según el **Carbon Disclosure Project**.

EN ESPAÑA

- ▶ **1ª posición**, en el sector de alimentación y bebidas, en el informe **Merco Personas 2012** sobre las mejores empresas para trabajar en España. **10º puesto** en el *ranking* global.
- ▶ **1ª posición** en el informe RepTrack Pulse (sobre la reputación de las empresas según su volumen de facturación) en la categoría de alimentación, liderando las variables de productos y servicios, innovación, liderazgo, entorno de trabajo y ciudadanía. **4ª posición** en el *ranking* general.
- ▶ **19ª posición** en el *ranking* **Merco Empresas 2012**, con un incremento de 221 puntos respecto a la edición anterior.
- ▶ Empresa de alimentación **mejor valorada** por los periodistas, según el **10º estudio KAR (Key Audience Research)** de Reputación Corporativa en España, realizado por IPSOS. Destaca en los aspectos «estrategia corporativa clara y potente» y «tendrá un mayor éxito en los próximos años».

Mi visión de la Creación de Valor Compartido

José Carlos Bueno

Especialista de Compras



«En el área de Compras tratamos de promover buenas prácticas entre nuestros proveedores clave, mejorando su eficiencia mediante auditorías de suministro responsable. Nestlé depende de unos recursos naturales cada vez más limitados, y por eso ayudamos a proteger el entorno ahora y para las futuras generaciones, mejorando la eficiencia medioambiental en nuestras operaciones e involucrando continuamente a nuestros socios para optimizar dicho rendimiento a lo largo de toda la cadena de valor de nuestros productos. Asimismo, velamos y verificamos que las actividades de nuestros suministradores cumplan las leyes vigentes y nuestro propio Código de Proveedores. Hoy, el ciudadano espera un comportamiento ejemplar por parte de nuestra empresa y también de nuestros proveedores en las actividades comerciales. Cumplir y hacer cumplir los más altos estándares a nuestros suministradores es el granito de arena que apporto en la Creación de Valor Compartido».

Quico Gómez Moya

Category Manager de Café



«La filosofía de Nestlé en responsabilidad empresarial liga íntimamente los objetivos del negocio con la preservación del medio ambiente y el progreso social. El mundo del café, en el que desarrollo mi actividad profesional, es paradigmático, pues la supervivencia del sector pasa por ofrecer formación y asistencia técnica a los caficultores, así como por promover entre ellos las mejores prácticas sostenibles, para que mejoren su calidad de vida y puedan seguir dedicándose al cultivo del café de una forma rentable para ellos; por otra parte, todo esto permite a Nestlé obtener una materia prima de la máxima calidad. Es una fórmula en la que todos ganamos, y que constituye el espíritu del Nescafé Plan. Mi labor como gestor de la categoría es que esta dimensión, más allá del producto final, sea tangible y visible para el consumidor, que éste la aprecie y la valore, sensibilizando asimismo a mis colegas en la organización como a los demás grupos de interés vinculados al mundo del café».

Angela Wilson

Logística – Transporte



«Nuestro compromiso con la sostenibilidad se traduce en promulgar iniciativas que nos permitan aspirar a reducir las emisiones de CO₂ en la distribución, tanto para conseguir una mayor eficiencia en la cadena de suministro como para contribuir a mantener el aire limpio. Nestlé España ha puesto en marcha un conjunto de acciones que deben permitir la reducción de emisiones de gases con efecto invernadero tanto en el transporte como en la logística de sus mercancías. Mi labor consiste en recopilar y medir las emisiones de CO₂ mediante una herramienta que facilita una comparativa real de resultados a lo largo del año por tipología de proceso (transporte por carretera nacional e internacional, tren, barco, almacenaje, etc.) respecto al objetivo de reducción del 20% fijado hasta finales de 2015 en toda Europa. Estos indicadores son el “espejo” de la eficacia de las iniciativas realizadas y juegan un papel clave en la toma de futuras decisiones».





Nutrición, Salud y Bienestar

34 Los retos globales en nutrición

36 La contribución de la ciencia

38 Nestlé Health Science,
ampliando las fronteras
de la nutrición

41 Reformulación de productos:
hacia una oferta más saludable

42 Educación nutricional
para una vida más sana

44 Información en el etiquetado
para facilitar una dieta equilibrada

La cuestión es cómo dar respuesta, de manera sostenible, a las necesidades de alimentación de la población en las próximas décadas

Los retos globales en nutrición

Hoy, más que nunca, la humanidad se enfrenta a grandes problemas relacionados con la nutrición, problemas que se agravarán en los próximos años. Nestlé tiene como objetivo liderar los esfuerzos en el sector de la alimentación para ayudar a garantizar que los consumidores de todo el mundo estén óptimamente alimentados y disfruten de buena salud y bienestar personal. La cuestión es cómo dar respuesta, de manera sostenible, a las necesidades de alimentación de la población en las próximas décadas.

Hay cinco grandes factores que van a impactar en la oferta y la demanda:

1. El aumento de la población, que en 2040 puede llegar a los casi 9.000 millones de personas.
2. El efecto de la mejora en la calidad de la alimentación de los países en vías de desarrollo y la diversificación de su dieta, lo que significa que en los próximos 20 años las necesidades calóricas de la humanidad se habrán incrementado un 25%. Por ejemplo, el consumo de carne en países en desarrollo era de 10 kg/año/persona en los años sesenta y se espera que llegue a los 37 kg/año en 2030. Este crecimiento de las necesidades calóricas va a provocar que aumente la necesidad de agua en un 50% en 2030.
3. El incremento del costo y de la volatilidad de las materias primas, propiciado por la disminución del número de hectáreas agrarias por habitante.
4. Los efectos del calentamiento global del planeta, con el consiguiente impacto en la vida y la salud de las personas y en las cosechas de alimentos.
5. El aumento de la malnutrición, tanto en lo que se refiere al crecimiento de la obesidad como al de la desnutrición. Hoy ya se da la paradoja de que, mientras 1.000 millones de personas se acuestan cada día sin haber cubierto sus necesidades nutricionales mínimas, 1.600 millones padecen sobrepeso por una mala dieta y un estilo de vida sedentario.





Nestlé puede contribuir a dar respuesta a estos retos sociales y, a la vez, generar valor para los accionistas. Esto es así desde el inicio de sus actividades en 1866. Al hablar de nutrición es obligado recordar que el origen de Nestlé es precisamente la preocupación de un hombre, Henri Nestlé, por reducir la mortalidad infantil a finales del siglo XIX creando la Harina Lacteada.

A finales de los años noventa, Nestlé decidió convertir esos orígenes y todo el conocimiento en nutrición en uno de los pilares estratégicos de negocio del siglo XXI; así, la compañía pasó de ser una empresa líder en alimentación y bebidas a convertirse

en una empresa líder en nutrición, salud y bienestar.

En este sentido, Nestlé ha decidido llevar esta visión más allá con la creación de una nueva empresa, Nestlé Health Science, y del Nestlé Institute of Health Sciences, para adentrarse en un nuevo territorio en el que está prácticamente todo por construir, a medio camino entre la alimentación y la farmacia.

En 2012, dicho instituto tenía 25 proyectos en marcha, muchos de ellos en colaboración con otras organizaciones.

El conocimiento en nutrición es uno de los pilares estratégicos de negocio de Nestlé en el siglo XXI





Nestlé investiga en cuatro ámbitos: nutrición y salud; ciencia y tecnología de los alimentos; calidad y seguridad alimentaria, y ciencia sensorial y del consumidor

La contribución de la ciencia

Investigación sobre nutrición

Para cumplir su reto de progresar en soluciones científicas que repercutan positivamente en los problemas de nutrición globales, Nestlé dispone, por una parte, de funciones propias de investigación y desarrollo (su red de I+D) y, por otra, trabaja en colaboración con academias, gobiernos, institutos de investigación, empresas, proveedores y ONG.

Los dos principales objetivos son, de un lado, que las personas se mantengan sanas con los alimentos que ingieren y, de otro, encontrar soluciones para ayudarles a gestionar mejor su calidad de vida en caso de padecer enfermedades crónicas.

La base de la actividad de I+D de Nestlé reside en el **Centro de Investigación de Nestlé (NRC)**, con sede en Lausanne (Suiza), el eje neurálgico de una red de 34 centros de I+D y de tecnología de productos en todo el mundo. En el NRC se generan innovación y tecnologías con el fin de mejorar la cartera de productos de Nestlé y de aportar soluciones de nutrición que ejerzan un impacto a largo plazo. El centro desarrolla su investigación en cuatro ámbitos: nutrición y salud; ciencia y tecnología de los alimentos; calidad y

seguridad alimentaria, y ciencia sensorial y del consumidor.

NUEVA UNIDAD DE ENSAYOS CLÍNICOS

Nestlé puso en marcha en junio de 2012 una nueva Unidad de Desarrollo Clínico, con sede en Lausanne (Suiza), que permite evaluar de manera más efectiva y eficiente el impacto de sus productos e ingredientes en la biología humana y en la salud, así como en el sabor y el placer.

Según Werner Bauer, Chief Technology Officer de Nestlé, «nuestro trabajo de desarrollo clínico proporciona evidencias científicas sobre si los ingredientes que utilizamos, nuestros nuevos productos y las reformulaciones llevadas a cabo en productos ya existentes aportan beneficios para nuestros consumidores».

Innovación para mejorar los productos Nestlé

El trabajo del NCR tiene efectos reales en los productos de Nestlé y se traduce directamente en innovaciones de productos mediante una red de **300 grupos de aplicación**.



Por otra parte, la compañía clasifica sus productos conforme a unos criterios establecidos y basados en los valores recomendados por la Organización Mundial de la Salud y otras autoridades independientes. Es el **Sistema de Perfiles Nutricionales** de Nestlé (NPPS), con el que se evalúa el aporte nutricional del producto teniendo en cuenta el papel que desempeña en una dieta equilibrada, sus ingredientes y el tamaño de las raciones consumidas.

Nestlé está trabajando para cumplir con los más estrictos criterios de perfil nutricional NPPS en todos sus productos destinados a niños e impulsar su aplicación para las principales innovaciones dirigidas tanto a niños como a adultos.

MÁS SABOR Y MENOS SAL

Desde octubre de 2012 Nestlé colabora con Chromocell Corporation, compañía estadounidense especializada en ciencias biológicas, para identificar nuevos ingredientes potenciadores del sabor en los alimentos, con lo que mejorará aún más el perfil nutricional de sus productos.

El objetivo, según Sean Westcott, director de Investigación y Desarrollo de la Unidad Estratégica de Negocios de Alimentación de Nestlé, «es encontrar modos de recrear los sabores que los consumidores esperan encontrar en los platos, pero reduciendo el contenido en sal».

Nestlé evalúa el aporte nutricional de sus productos teniendo en cuenta su papel en una dieta equilibrada



Nestlé aspira a aportar nuevas soluciones y servicios basados en la investigación nutricional como fuente de tratamiento y prevención de enfermedades

Nestlé Health Science, ampliando las fronteras de la nutrición

En los próximos años, las denominadas enfermedades no transmisibles van a crecer exponencialmente y afectarán a la agenda de salud pública. He aquí los factores que llevarán a esta situación:

- ▶ En 2020, una de cada cinco personas será mayor de 65 años, lo que va a requerir unos sistemas asistenciales y de salud adaptados a las necesidades de este grupo de edad.
- ▶ Tres de cada cinco personas morirá de una enfermedad crónica, y esto supondrá una mayor necesidad de tratamiento y prevención de las enfermedades crónicas.
- ▶ Una de cada cinco personas padecerá sobrepeso u obesidad, con las consiguientes implicaciones en el incremento de los tratamientos asociados a la obesidad, como la diabetes o las enfermedades cardiovasculares.
- ▶ Los costes sanitarios se incrementarán, así como aquellos ligados a la malnutrición, lo que implicará la búsqueda de soluciones para contenerlos.

Para dar respuesta a estos retos, Nestlé creó en 2011 **Nestlé Health Science**, empresa independiente dentro del Grupo, y el **Nestlé Institute of Health Sciences**. Ambas entidades se integran en la agenda de Nestlé de Creación de Valor Compartido en el ámbito de la nutrición. Su aspiración es aportar nuevas soluciones nutricionales

y servicios basados en la investigación de la alimentación como fuente de tratamiento y prevención de enfermedades. Asimismo, se adentrará en el mundo de la salud personalizada y contribuirá a reducir las proyecciones del coste sanitario para el futuro.

Si hoy los negocios del área clínica de Nestlé se dirigen a pacientes pediátricos con necesidades nutricionales especiales, pacientes geriátricos y pacientes postquirúrgicos, en el futuro el ámbito de actuación se ampliará a pacientes que sufran diferentes tipos de síndrome metabólico (como hipertensión, diabetes, etc.), pacientes con patologías gastrointestinales (como la enfermedad de Crohn o el síndrome del colon irritable) y pacientes con declive cognitivo vinculado a la edad (como el Alzheimer).

Las bases de este formidable campo de actuación se han empezado a cimentar en 2012 con la adquisición de una participación en la empresa estadounidense Accera. El objetivo es apoyar los ensayos en curso y la implementación de la marca clave de la empresa, Axona, un alimento médico para tratar el Alzheimer. Según Luis Cantarell, presidente y CEO de Nestlé Health Science, «nuestra participación en Accera es un paso estratégico hacia la creación de soluciones alimenticias para tratar la degeneración cognitiva».



PRODUCTOS NUTRICIONALES BASADOS EN LA MEDICINA CHINA

Nestlé Health Science y el grupo médico-farmacéutico Chi-Med crearon en noviembre una nueva empresa participada al 50%, Nutrition Science Partners (NSP), que investigará, desarrollará, fabricará y comercializará innovadores productos nutricionales y derivados de plantas medicinales, focalizados en los desórdenes gastrointestinales

Gracias a la nueva asociación, Nutrition Sciences Partners tendrá acceso a una de las bibliotecas de medicina tradicional china más importantes del mundo.



La compañía se adentrará en el mundo de la salud personalizada y contribuirá a reducir las proyecciones del coste sanitario para el futuro

NESTLÉ CONMEMORA EL DÍA MUNDIAL DE LA DIABETES

En línea con su compromiso con la nutrición, la salud y el bienestar, y el fomento de estilos de vida saludables, Nestlé firmó en abril una alianza global con la Federación Internacional de la Diabetes (IDF), como una forma de contribuir a luchar contra las enfermedades crónicas no transmisibles.

El primer grupo de iniciativas y actividades conjuntas se organizó para apoyar el Día Mundial de la Diabetes el 14 de noviembre.

ACTIPLAN: UN SERVICIO PARA MEJORAR LA MOVILIDAD DE LOS ANCIANOS

Actiplan es un programa de ejercicios físicos para ancianos frágiles que trabaja el equilibrio, la flexibilidad y el fortalecimiento

tanto de piernas como de brazos y que se puede individualizar según la capacidad funcional del paciente (encamado, en silla de ruedas o con movilidad muy reducida, o que deambula). El objetivo es mejorar la masa y la fuerza muscular del anciano, evitar la pérdida de la funcionalidad y la discapacidad y favorecer su independencia.

Este programa, que se ofrece como un servicio al profesional sanitario, incluye, además de un apartado educacional para éste, consejos para una buena realización del ejercicio físico y para un buen aprovechamiento del soporte nutricional, ejercicios en función de la tipología del paciente y una propuesta de planificación semanal de ejercicios.

Actiplan es muy fácil de implementar, incluso en casa, y no es necesario un profesional médico para ejecutarlo con el paciente.

INVESTIGACIÓN SOBRE EL PESO CORPORAL

En 2012, el Nestlé Institute of Health Sciences se unió al consorcio DioGenes para colaborar en el mayor estudio en Europa de intervención dietética para el control del peso.

A partir del análisis de muestras clínicas, un equipo de dicho instituto integra datos genómicos al estudio que ayuden a comprender mejor el mecanismo de la pérdida de peso corporal.





EN ESPAÑA

Concienciar sobre las necesidades nutricionales de las personas mayores es uno de los objetivos de Nestlé

PRIMERA JORNADA DE NUTRICIÓN NESTLÉ A LA CARTA PARA PERIODISTAS

En el marco del Año Europeo del Envejecimiento Activo y del Día Internacional de las Personas Mayores, el 20 de septiembre Nestlé celebró en su oficina central de Esplugues de Llobregat la primera jornada de nutrición Nestlé a la carta exclusiva para periodistas, centrada en el papel de la nutrición en el envejecimiento activo.

Con esta acción, la compañía pretendió concienciar sobre las necesidades nutricionales del colectivo y la estrecha relación entre nutrición y salud.



GUÍA SOBRE NUTRICIÓN EN PACIENTES ONCOLÓGICOS

Nestlé Health Science ha coordinado y editado la guía práctica *Recomendaciones dietéticas-nutricionales en oncología*, que ofrece pautas de nutrición para mejorar la calidad de vida de los pacientes en tratamiento oncológico (quimioterapia y/o radioterapia) y minimizar las consecuencias de la terapia.

En la publicación, impulsada por la periodista y escritora Susana Frouchtmann, han colaborado un amplio equipo de especialistas y expertos en nutrición y cáncer. La información de la guía se puede consultar íntegramente en la web www.nestlehealthscience.es.

NUTRICIÓN ESPECIALIZADA EN EL ÁMBITO ASISTENCIAL

Nestlé Health Science y SARquavitae, la mayor plataforma integral especializada en centros y servicios sanitarios y sociales de atención a las personas en España, y que ofrece su asistencia a más de 200.000 individuos al año, han firmado en junio un acuerdo de colaboración mediante el cual Nestlé asesora a SARquavitae con el objetivo de estandarizar la evaluación e intervención nutricional en las diversas situaciones de riesgo.

El acuerdo también establece acciones de formación para los profesionales involucrados en la atención de las personas mayores y en situación de dependencia.

Reformulación de productos: hacia una oferta más saludable

Nestlé se esfuerza día a día por ofrecer a los consumidores alimentos más ricos y saludables que les ayuden a mantener una dieta equilibrada.

Para alcanzar el equilibrio óptimo entre nutrición y sabor, Nestlé cuenta con la herramienta **60/40+**, cuyo objetivo es conseguir productos con un plus nutricional y que además sean preferidos por los consumidores con respecto a sus principales competidores. Así, los productos deben ganar 60 contra 40 a su rival directo a nivel organoléptico (sabor, textura, aroma y color). El símbolo «+» se refiere a su ventaja nutricional, que también se evalúa objetivamente.

La obtención de productos más saludables supone una gran oportunidad de desarrollo para Nestlé y se sustenta en un permanente afán por cumplir con las expectativas de los consumidores.

En España, el 81% de los productos analizados en el marco del programa 60/40+ obtuvieron una superioridad organoléptica y nutricional respecto a su máximo competidor.

Asimismo, Nestlé España ha adquirido compromisos en firme para la mejora del perfil nutricional de sus gamas de producto. En concreto, en el periodo 2012-2015 se reducirá un 10% la sal en los productos



culinarios, disminución adicional a la ya conseguida de un 14% desde 2004, y se impulsará la reformulación de recetas de manera que tengan los mismos ingredientes y procesos de elaboración que los que se emplean en las cocinas de los hogares, limitando también el uso de aditivos y eliminando las grasas trans. Nestlé España también limitará las calorías en sus gamas infantiles de helados y fomentará un consumo responsable de chocolate.

La obtención de productos más saludables supone una gran oportunidad de desarrollo para Nestlé



CEREALES NESTLÉ CON MENOS AZÚCAR Y SAL

En línea con el esfuerzo continuo por mejorar el perfil nutricional de sus productos, Nestlé, a través de Cereal Partners Worldwide (CPW), se ha comprometido a reformular sus cereales de desayuno infantiles para que resulten más nutritivos y saludables.

En España, este compromiso se materializó en 2012 a nivel de producción, habiendo producto disponible para el consumidor a partir de este año 2013. Según José María Vallverdú, Director de Cereal Partners Iberia, «marcas como Chocapic, Nesquik, Estrellitas, Golden Grahams o Lion contendrán como máximo 9 g de azúcar por ración, 135 mg de sodio por ración y una cantidad de cereales integrales mayor que la de cualquier otro ingrediente».



Educación nutricional para una vida más sana

Una de las prioridades de Nestlé es fomentar un estilo de vida sano y una dieta equilibrada entre los más pequeños. Con este objetivo se desarrolla desde 2007 el programa **Nestlé Healthy Kids**, en el que colaboran más de 250 socios en todo el mundo, incluidos gobiernos, ONG, institutos de salud y federaciones deportivas. Este programa se implementa en cada país en colaboración con las autoridades sanitarias nacionales y con expertos en nutrición infantil y en salud.

En enero de 2012, Nestlé se convirtió en el principal socio del programa

Kids' Athletics de la Asociación Internacional de Federaciones de Atletismo, una de las mayores iniciativas de desarrollo del deporte desde la base, que llega a 1,5 millones de niños de 100 países.

Concretamente en España, en el marco de Nestlé Healthy Kids, se lleva a cabo el programa escolar **¡Aprender a Comer Bien!**, cuyo objetivo es mejorar la nutrición, la salud y el bienestar de los niños en edad escolar, así como fomentar hábitos saludables, y el programa **THAO**, un plan de intervención municipal para la prevención de la obesidad infantil.

49.281 niños y 2.586 profesores han participado en el programa escolar de Nestlé «Aprender a comer bien» en el curso 2011/12





OPTIPROGRAM: PERDER PESO DE FORMA SALUDABLE

Desde su lanzamiento a mediados de 2011, Optiprogram se ha consolidado como un programa riguroso y efectivo para quienes desean perder peso de una manera saludable y segura.

Optiprogram, que incide en tres puntos vitales para lograr adelgazar –la nutrición, la motivación y la acción–, es un programa personalizado y fácil de seguir, y ha sido elaborado por un equipo de endocrinos, nutricionistas, psicólogos y entrenadores físicos especializados en el tratamiento del sobrepeso.

Los resultados de 2012 indican que Optiprogram cuenta con la colaboración de más de 350 farmacias y que ha sido seguido por más de 4.000 consumidores, de los cuales un 41% finalizó las 10 semanas que dura la fase de tratamiento. La reducción media de peso de estos consumidores fue del 7,25% (5,88 kg) respecto a su peso inicial, y un 68% logró bajar su categoría de índice de masa corporal (IMC).

Cabe destacar también que el 96% de los usuarios de Optiprogram valoró como «muy alto» o «alto» su grado de satisfacción con el programa.

SEXTA EDICIÓN DEL CONCURSO «APRENDER A COMER BIEN»

Cerca de 19.000 alumnos de quinto y sexto de primaria han participado en la sexta edición del Concurso Escolar Nestlé de educación en nutrición «Aprender a Comer Bien», creando anuncios publicitarios para comunicar la importancia de mantener un estilo de vida saludable.

El 4 de junio, el jurado calificador entregó los premios a los trabajos ganadores, que han recaído en los centros escolares **San Francisco de Sales**, de **Córdoba**; **Escola Concòrdia**, de **Sabadell** (Barcelona), y **CEIP Santa Clara**, de **Cuellar** (Segovia).

Esta actividad responde a la voluntad de Nestlé de emprender acciones encaminadas a informar, educar y orientar a los niños y jóvenes para que sean capaces de seleccionar correctamente los alimentos, y asegurar una dieta prudente y equilibrada.

En el programa escolar de Nestlé correspondiente al curso 2011/2012 han participado 49.281 niños y 2.586 profesores de 1.340 colegios.

Una de las prioridades de Nestlé es fomentar un estilo de vida sano y una dieta equilibrada entre los más pequeños

Información en el etiquetado para facilitar una dieta equilibrada

La etiqueta de los productos Nestlé, en la que se incluye el **Nestlé Nutritional Compass (NNC)**, pretende ayudar a los consumidores a tomar decisiones más informadas sobre la elección de alimentos y bebidas. Así, este etiquetado ofrece datos sobre la tabla de nutrientes y sobre los ingredientes del producto, y aporta consejos

para consumirlo de manera responsable, así como datos de contacto para obtener más información. Un estudio llevado a cabo por Nestlé revela que un 60% de los consumidores considera útil el NNC.

Otra forma de Nestlé de ayudar a los compradores a tomar decisiones sobre los productos es la inclusión de las **cantidades diarias orientativas (CDO)** para adultos.

Como complemento al NNC y las CDO, Nestlé adoptó en 2011 un **marco orientativo sobre ración**, con indicaciones en los envases. En 2012 la compañía estudió las últimas guías alimentarias y recomendaciones dietéticas de autoridades de todo el mundo para identificar, en todas las categorías de productos, los tamaños de raciones que se ajustan a las distintas edades y estilos de vida. Los equipos de producto y especialistas en información al consumidor revisan de forma sistemática las gamas y las modifican con el objetivo de que la orientación sobre ración sea lo más clara posible.

En España, a través de su web **www.agustoconlavida.es**, Nestlé ofrece a los consumidores información sobre nutrición y sobre la composición nutricional de productos de la compañía.



Nestlé ayuda a los consumidores a tomar decisiones informadas sobre la elección de alimentos y bebidas

NESTLÉ SUSCRIBE EL NUEVO CÓDIGO PAOS

En diciembre de 2012, Nestlé España suscribió el nuevo Código de Autorregulación de la Publicidad de Alimentos dirigida a menores, prevención de la Obesidad y Salud (Código PAOS), en el marco de la Estrategia para la Nutrición, Actividad Física y Prevención de la Obesidad (Estrategia NAOS). Entre las novedades, cabe destacar que se amplía su ámbito de aplicación a la publicidad difundida en Internet dirigida a menores de 15 años.

El Código PAOS, cuya primera redacción data de 2005, se ha revelado estos años como una herramienta eficaz para mejorar la calidad de la publicidad destinada a estos menores.







Gestión sostenible del agua

48 Compromisos para proteger un bien escaso

49 Actuaciones de Nestlé en la gestión sostenible del agua

51 Objetivo de reducción de agua de Nestlé en España 2012, ampliamente superado

Nestlé contribuye de forma activa y decidida a abordar la crisis mundial del agua

Compromisos para proteger un bien escaso

El agua es uno de los tres pilares sobre los que Nestlé sustenta su filosofía de Creación de Valor Compartido. Asegurar la calidad y la disponibilidad de este importante recurso es esencial para la vida, la producción alimentaria y la actividad de Nestlé. Por eso, la compañía tiene el firme propósito de contribuir de forma activa y decidida a abordar la crisis mundial del agua.

El aumento de la población, el impacto del cambio climático y los cambios demográficos (migraciones del campo a las ciudades) han convertido el agua en un bien escaso. Según el presidente de Nestlé, Peter Brabeck-Letmathe, «si continuamos así, nos quedaremos sin agua mucho antes que sin petróleo».

La empresa lleva a cabo una política de gestión sostenible del agua, incluida dentro de su política de sostenibilidad

medioambiental y tratada en sus Principios Empresariales. Los **compromisos** de Nestlé con respecto a los recursos hídricos consisten en:

- ▶ Reducir el consumo de agua utilizada por cada kilo de alimentos y bebidas producido.
- ▶ Incrementar la eficiencia de la compañía en la gestión de los recursos hídricos.
- ▶ Controlar la calidad del agua vertida.
- ▶ Fomentar activamente las buenas prácticas con respecto a este recurso en Nestlé y en sus cadenas de suministro.
- ▶ Aumentar la conciencia social sobre la conservación del agua.

Nestlé seguirá midiendo el cumplimiento de estos compromisos, pues ayudarán a perfilar la estrategia de la compañía en la gestión hídrica en los próximos años.





Actuaciones de Nestlé en la gestión sostenible del agua

Participación en políticas públicas de protección del agua

Como **miembro fundador del Pacto Mundial de las Naciones Unidas para el ahorro del agua** (CEO Water Mandate), Nestlé respalda el uso de herramientas de medición del consumo de agua y de procesos y prácticas de gestión coherentes a escala internacional. Durante 2012, la compañía ha contribuido al desarrollo de una nueva norma, ISO 14046: Water Footprint-Principles, Requirements and Guidelines, que está previsto finalizar en 2014.

Nestlé colabora desde hace años en el **informe Water Disclosure del Carbon Disclosure Project (CDP)**. En 2012, la empresa ha recibido la mayor puntuación del gremio alimentario en la sección de riesgos hídricos del índice Dow Jones Sustainability.

En el marco de su participación en la **Alliance for Water Stewardship**, Nestlé ha colaborado durante 2012 en el programa de certificación voluntaria, que permitirá a gestores y usuarios del agua demostrar su cumplimiento de una nueva norma internacional sobre administración de este recurso.

Uso del agua en las operaciones de Nestlé

La compañía lleva a cabo **estrategias de reducción y eficiencia hídricas**, así como programas para reducir las extracciones y los vertidos de agua, con el fin de reutilizarla y de invertir en tecnologías de ahorro. Dado que el mayor consumo de agua radica en la cadena de suministro agrícola, la empresa trabaja también con granjeros y otros proveedores para mejorar la eficiencia hídrica mediante la **Iniciativa para una Agricultura Sostenible de Nestlé (SAIN)**. Se está identificando a los socios que operan en áreas con escasez de agua para concentrar mejor los esfuerzos. Además, se han introducido normas de gestión hídrica mediante las Directrices de Abastecimiento Responsable (RSG), principalmente del azúcar pero también de la pulpa y del papel.

Otro aspecto fundamental es la **gestión de las aguas residuales** que generan los procesos productivos de Nestlé. Todas las fábricas de la compañía disponen de plantas depuradoras cuyo diseño se adapta a la calidad que requiere el medio al que son devueltas.

La compañía trabaja con sus proveedores agrícolas para mejorar la eficiencia hídrica, ya que un 70% del agua dulce del planeta se destina a la agricultura



La concienciación sobre el agua como recurso vital de Nestlé empieza por quienes trabajan en la compañía

Concienciación social sobre la importancia del agua

El presidente de Nestlé, Peter Brabeck-Letmathe, participa regularmente como ponente en **conferencias y foros** que abordan el problema del agua para aportar la visión de la compañía al respecto.

En 2012, Peter Brabeck creó un blog sobre recursos hídricos, **www.water-challenge.com**, con el fin de estimular la propuesta de soluciones al reto del agua y sus implicaciones en el suministro alimentario y la seguridad energética.

La concienciación sobre el agua como recurso vital debe empezar por quienes trabajan en la compañía. En este sentido,

cabe destacar las iniciativas que se llevan a cabo en los propios centros de producción coincidiendo con la celebración del **Día Mundial del Agua**, el 22 de marzo. Por ejemplo, en 2012, en las fábricas de Gijón y Pontecesures (Pontevedra) se organizaron campañas informativas y de sensibilización mediante pósters y folletos y a través del canal de televisión interna. En la fábrica de Valladolid, la campaña realizada se complementó con el regalo a todos los empleados de un difusor de agua para grifos domésticos.

Por otra parte, en la planta embotelladora de Nestlé Waters en Herrera del Duque (Badajoz) se celebró una jornada de puertas abiertas con el fin de dar a conocer a los familiares de los empleados tanto la planta como el trabajo que allí se realiza.

NESTLÉ PARTICIPA EN EL FORO DEL AGUA

El director ejecutivo de Nestlé y responsable de las operaciones del Grupo a nivel global, José López, intervino el 27 de septiembre en una mesa redonda del Foro del Agua, que promueve el Observatorio del Agua de la Fundación Botín en colaboración con la Universidad de Alcalá.

José López explicó que el agua es uno de los tres ejes clave de Nestlé en la Creación de Valor Compartido y enfatizó la importancia de hacer una buena gestión de los recursos hídricos dada su escasez a nivel mundial.



Objetivo de reducción de agua de Nestlé en España 2012, ampliamente superado

Hace años que Nestlé lleva a cabo una labor continuada de disminución del consumo de recursos hídricos y de recuperación de las aguas residuales que genera su actividad. En España, la compañía consiguió en 2012 cumplir sobradamente el objetivo de reducción que se había marcado, un 5%, al alcanzar efectivamente una rebaja del 26% en el consumo de agua por tonelada de producto fabricado.

Este importante logro ha sido posible gracias a distintos procedimientos implantados en todos los centros de producción de Nestlé España, con acciones encaminadas a la optimización y la reducción del consumo o a la recuperación del agua utilizada en los procesos industriales.

Esta disminución del 26% ha supuesto un ahorro de 2.414.000 m³ de agua anuales, lo que equivale al consumo de una población de 46.000 habitantes durante un año.

En 2012 Nestlé redujo un 26% su consumo de agua por tonelada de producto



AHORRO DE AGUA EN LA PENILLA

El proyecto de reducción del consumo de agua en la fábrica de La Penilla (Cantabria), iniciado en el año 2011 por un equipo formado por ingenieros españoles, otros de la oficina central en Suiza y técnicos de la propia fábrica y de las oficinas centrales, tuvo continuación durante 2012. Se instaló un variador de velocidad para el control del bombeo del agua al evaporador, se pusieron puntos de consigna de presión de vacío adecuados y se sustituyeron circuitos abiertos por circuitos cerrados con torres de refrigeración. Así, en 2012, la fábrica de La Penilla (Cantabria) consiguió reducir, respecto al año anterior, un 45% el consumo de agua en metros cúbicos por tonelada de producto, pasando de 72 a 40 m³/t. Este ahorro equivale al agua que contienen 900 piscinas olímpicas.

En 2013, está previsto continuar con algunos proyectos a más largo plazo, por lo que se esperan nuevas reducciones del consumo de agua.





Sostenibilidad ambiental

54 Proteger el entorno:
en el presente y para
las futuras generaciones

55 Eficiencia ambiental
en la producción industrial

58 Gestión sostenible
en el envasado y la distribución
de los productos Nestlé

60 Programas de formación
y sensibilización medioambiental

61 Biodiversidad



Nestlé tiene entre sus prioridades la eficiencia ambiental en todas sus operaciones

Proteger el entorno: en el presente y para las futuras generaciones

Para el desarrollo de su negocio, Nestlé depende de unos recursos naturales que cada vez son más limitados. Consciente de esta realidad, la compañía tiene entre sus prioridades el respeto y el cuidado del medio ambiente, así como la mejora de la eficiencia ambiental en todas las operaciones que lleva a cabo. En este cometido, resulta esencial la involucración continua de los proveedores de la empresa. El fin último es optimizar el rendimiento ambiental de los productos Nestlé en toda la cadena de valor y ofrecer a los consumidores otra razón para confiar en la compañía y disfrutar de sus productos.

Política de Nestlé sobre sostenibilidad ambiental

Los objetivos de la política que Nestlé lleva a cabo en materia de sostenibilidad ambiental son, por una parte, minimizar el consumo de recursos naturales en todas las operaciones de su cadena de valor, especialmente en aquellas sobre las que tiene control directo, y por otra, reducir el impacto de sus actividades sobre el medio ambiente. En este sentido, las áreas prioritarias de actuación son: el agua, las materias primas, la producción y distribución, y el envasado.

Esta política ambiental se lleva a cabo mediante la implantación de distintas herramientas y procesos internos, como

el **Sistema de Gestión Medioambiental de Nestlé**, homologado con la norma internacional ISO 14001:2004; el **Sistema Integrado de Gestión de Nestlé**, que integra la política de gestión del medio ambiente con las de calidad, seguridad alimentaria y salud, y seguridad laboral; y el **Análisis del Ciclo de Vida**, que permite evaluar el impacto ambiental de los productos Nestlé e identificar oportunidades de mejora en sus diferentes fases de vida.

Desde 2012, además, Nestlé está implementando una herramienta de diseño ecológico, **Ecodex**, que sirve para evaluar y optimizar la sostenibilidad medioambiental de manera global en toda la cadena de valor. De esta manera se puede integrar la sostenibilidad en la fase más temprana del ciclo de desarrollo del producto.

Además, la compañía demuestra su firme compromiso de protección del medio ambiente mediante la **inversión continua** en el desarrollo de tecnologías más respetuosas con el entorno. En 2012, Nestlé España dedicó 2.805.000 euros a esta partida y, un año más, no se registraron ningún incidente relevante ni ningún expediente abierto desde el punto de vista medioambiental.

En la actualidad, todos los centros de producción y la oficina central de Nestlé en España cuentan con la **certificación ISO: 14001**.

ANÁLISIS DEL CICLO DE VIDA DE LAS CÁPSULAS DOLCE GUSTO

Nestlé lleva a cabo periódicamente un análisis del ciclo de vida (ACV) del sistema de bebidas calientes y frías Nescafé Dolce Gusto. Mediante este análisis evalúa el impacto sobre el cambio climático, la energía primaria no renovable y el consumo de agua en cada una de las etapas de fabricación y consumo del producto. Las cifras se calculan presuponiendo que se prepara una taza de café dos veces al día. El ACV muestra la huella de carbono de cada etapa del proceso, desde el cultivo de los granos de café y su procesamiento (33%), la fabricación de la cápsula (12%), el envasado (12%), la máquina (8%), el transporte y la distribución (8%) hasta el uso de la máquina (21%) y la eliminación de las cápsulas (6%). Esta información ayuda a determinar qué mejoras se pueden introducir en cada área.

Desde 2008 Nestlé ha reducido un 14% las emisiones de CO₂ y un 9% el gasto energético

Eficiencia ambiental en la producción industrial

Una de las prioridades de Nestlé en la fabricación de sus productos es conseguir la eficiencia ambiental mediante la reducción del consumo de energía y la disminución de las emisiones contaminantes a la atmósfera, especialmente de los gases de efecto invernadero.

Así, desde 2008, Nestlé en España ha reducido el gasto energético un 9%, y las emisiones de CO₂, un 14%.

Gestión de la energía

Aunque los procesos de Nestlé tienen un impacto energético poco significativo en el global de la cadena de suministro, el objetivo de la compañía es disminuir el consumo de energía en la elaboración de los productos Nestlé en todas sus fábricas.

La empresa aplica la **cogeneración** en algunas de las fases de su actividad industrial, de manera que se obtiene simultáneamente energía eléctrica y energía térmica útil. También se utilizan variadores de velocidad y frecuencia en las máquinas y los motores, así como sistemas de refrigeración por absorción y por adsorción, todo con el fin de ahorrar energía.

La compañía cuenta con el **Mapa de Ruta de Nestlé para la Gestión**



de la Energía, que promueve la disminución y la recuperación de energía, y la utilización de energías renovables.

Durante 2012, el consumo energético en las fábricas de Nestlé en España fue de 3,66 gigajulios por tonelada de producto, lo que supone una reducción del 4,7% respecto a 2011, gracias a proyectos relacionados con la **Iniciativa de Establecimiento de Metas Energéticas**.



MEJORAS EN LA FÁBRICA DE GIRONA PARA ECONOMIZAR ENERGÍA

La planta de café de Girona realizó en 2012 una serie de actuaciones técnicas combinadas que permitieron aprovechar mejor la energía en los procesos de evaporación, mejorando de esta manera el rendimiento global de la instalación. Así, se consiguió reducir el consumo de vapor hasta un 60% en dicha instalación y se reaprovecharon parte de los vahos de café generados.

En 2012 Nestlé en España emitió 25.000 toneladas menos de gases con efecto invernadero que cinco años atrás

Menos emisiones y residuos

Todas las actividades industriales, y las de Nestlé no son una excepción, tienen entre sus consecuencias la emisión de gases a la atmósfera. Sin embargo, la compañía trabaja continuamente para reducir el impacto de estas emisiones.

Fruto de ello, Nestlé en España emitió 25.500 toneladas menos de gases con efecto invernadero en el transcurso de 2012 en comparación con cinco años atrás, lo que significó también 21 kilogramos menos de CO₂ por cada tonelada de producto

elaborado. Estos resultados corroboran los esfuerzos realizados en los últimos años de implementar una serie de proyectos de mejora de la eficiencia energética y las mejores técnicas disponibles, de utilizar combustibles más limpios y de invertir en el uso de energías renovables.

Asimismo, Nestlé se esfuerza por mejorar el rendimiento de los refrigerantes naturales que utiliza en sus instalaciones e intensifica la investigación en sistemas de refrigeración seguros y con menor impacto ambiental.

Por otra parte, la compañía emplea agua para lavar materias primas, enfriar, cocinar y limpiar equipos, y una de sus preocupaciones es devolverla a la naturaleza en las mismas condiciones en las que la ha recibido. Ésa es la misión de las plantas de tratamiento de aguas residuales con las que Nestlé depura el agua que usa. En 2012 se identificaron algunas áreas de mejora en las fábricas de Araia (Álava), Sebares (Asturias) y Valladolid, así como con la reducción de ruido en los centros de producción de La Penilla (Cantabria) y Sebares.

En cuanto a los residuos, el objetivo de Nestlé es minimizarlos y, cuando esto no es posible, darles una utilidad o valorización posterior. De hecho, en 2012, en los centros de producción de la compañía en España, cerca del 95% de los materiales residuales sólidos generados fueron valorizados en procesos de reutilización y reciclaje (material u orgánica).





Cerca del 95% de los materiales residuales sólidos generados en España por la compañía fueron valorizados en procesos de reutilización y reciclaje

Así, algunos residuos orgánicos son utilizados como biocombustible en la industria de fabricación de cal y de cemento, por ejemplo, como sustitutos de otros combustibles fósiles. El objetivo final es que las fábricas de Nestlé rebajen a cero sus residuos para eliminación, siguiendo el enfoque en la eficiencia de los recursos naturales y la producción sin residuos.

En este sentido, cabe destacar los proyectos implementados en las fábricas de Araia (Álava), Gijón y Sebares (Asturias). En el primero de ellos se redujo un 34% la

cantidad de residuos enviados a vertedero. Ello fue debido al cambio de destino de los lodos producidos en la planta depuradora de la fábrica, que antes se depositaban en vertedero y ahora se envían a una planta de compostaje para la producción de abono agrícola.

En el conjunto de las fábricas españolas, de 2011 a 2012 se produjeron 935 toneladas menos de residuos, lo que corresponde a una reducción de 14% por tonelada de producto elaborado.

NESTLÉ, LÍDER EN ACCIONES CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO

El reporte *Global 500 Climate Change 2012*, elaborado por el **Carbon Disclosure Project (CDP)** y donde se presenta una lista de las empresas con mayor transparencia en sus acciones contra el cambio climático y las emisiones de carbono, asignó a Nestlé el primer puesto de la lista y le concedió calificaciones perfectas tanto en transparencia como en rendimiento en este aspecto.

La compañía obtuvo también en 2012 la máxima puntuación del gremio en el índice **Dow Jones Sustainability**, en la sección de estrategia climática.

Las fábricas españolas de Nestlé produjeron de 2011 a 2012 935 toneladas menos de residuos

Entre 2008 y 2012 los centros de producción de Nestlé en España rebajaron el peso del material de embalaje un 3,6%

Gestión sostenible en el envasado y la distribución de los productos Nestlé

Envases respetuosos con el medio ambiente

Sin perder de vista el papel fundamental del envase, la estrategia de Nestlé en este ámbito se sostiene en varios pilares: la reducción del peso y el volumen de los envases; el diseño para la mejora de su reciclado; la valorización de los envases usados, y la renovación y la selección apropiada de componentes y materias procedentes de fuentes renovables gestionadas de forma sostenible en su fabricación.

Entre 2008 y 2012, los centros de producción de Nestlé en España rebajaron el peso del material de embalaje en un 3,6%. En 2012, el programa de aligeramiento de peso ayudó a ahorrar 572 toneladas de material de envasado. La mayor reducción se obtuvo en papel y cartón.



La mayor reducción en el peso de los embalajes de Nestlé se obtiene en el papel y el cartón

NUEVO SISTEMA DE RECICLAJE DE CÁPSULAS MONODOSIS DE BEBIDAS

Nestlé amplió en 2012 la red de recogida y posterior reciclaje de cápsulas de Nescafé Dolce Gusto y Nespresso a más puntos verdes del país. La provincia de Vizcaya, las comarcas de El Maresme (Barcelona) y las ciudades de Vitoria, Girona y Sevilla se sumaron a los ya existentes del Área Metropolitana de Barcelona y de la comarca del Vallès Oriental (Barcelona). La legislación actual no contempla que estos tipos de residuos se depositen en los contenedores amarillos y Nestlé, tomando la iniciativa, ha impulsado que los puntos verdes se conviertan en los centros de recogida de los mismos.

Cada punto verde dispone de dos contenedores, uno para las cápsulas de aluminio (Nespresso) y otro para las de plástico (Nescafé Dolce Gusto). Mensualmente, Nestlé se hace cargo del traslado de todas las cápsulas de aluminio y plástico recogidas hasta las diferentes plantas de reciclaje en las cuales se tratarán. Como resultado, se pueden separar los restos orgánicos de los inorgánicos; los primeros se valorizan para la obtención de compost, mientras que uno de los usos de los segundos es la fabricación de mobiliario urbano. Así, se da una segunda vida a estos materiales.



Transporte y almacenamiento

La distribución es una parte importante del negocio de Nestlé y, como tal, constituye una de las áreas en las que resulta fundamental aplicar políticas de protección y sostenibilidad ambiental para reducir las emisiones contaminantes. Conjuntamente con el operador logístico DHL, Nestlé en España trabajó a lo largo de 2012 en diversas iniciativas que contribuyeron a una importante reducción de las emisiones de CO₂ en la cadena de distribución: 17.439 toneladas *versus* 19.538 toneladas en 2011, lo que significa una rebaja del 10,74%.

Potenciar los transportes intermodales (básicamente, la combinación de carretera y tren) sigue siendo una de las mejores estrategias para reducir las emisiones de CO₂, ya que mediante la intermodalidad se puede lograr una disminución de dichas emisiones de hasta un 60% frente al transporte habitual por carretera. Durante el año 2012, la compañía implantó la intermodalidad en el 13% de sus importaciones, logrando así un ahorro aproximado de 35.000 toneladas de CO₂.

Cabe destacar también la notable reducción de las emisiones por tonelada en las entregas directas a clientes desde el Centro de Distribución de Alovera gracias, por un lado, a la mayor saturación de los camiones y, por otro, a la optimización de la capacidad de los camiones del operador logístico DHL para realizar envíos directos compartidos para las entregas capilares. Si en 2011 los viajes compartidos fueron 757, en 2012 llegaron a los 1.125.

También fueron importantes otras medidas como la implementación de camiones de

doble piso, de mayor capacidad; la búsqueda de sinergias de transporte entre diferentes negocios, compartiendo rutas y camiones para evitar duplicidades; los cursos de conducción eficiente; y el uso de vehículos Euro 5, que contaminan menos. Por su parte, la aplicación del **Continuous Replenishment Program**, un sistema para la reposición de productos en los almacenes de los clientes y distribuidores, permitió, entre otras cosas, aprovechar al máximo la carga de los camiones.

Concretamente, Nestlé Waters mejoró el proyecto **Direct shipment**, mediante el cual se reducen los envíos a almacenes intermedios. Esto supone para Nestlé 40.000 kilómetros menos en envíos y una rebaja de 36 toneladas de CO₂ emitidas.

Además, Nestlé trabaja para disminuir el consumo energético en los almacenes, por ejemplo, con la programación del horario de iluminación para ajustarlo a las necesidades de luz natural, las mejoras en la iluminación mediante la instalación de campanas de LED industriales con sensores para el ahorro energético o el recubrimiento con pintura eficiente que repele las radiaciones solares y rebaja la transmisión de calor al interior. En este sentido, el almacén situado en Castellbisbal (Barcelona) obtuvo en 2012 la certificación ISO 14001.

Gracias a las medidas tomadas a partir del uso de energías renovables en el almacén de DHL, en 2012 el consumo energético disminuyó aproximadamente un 20% respecto al año 2011. En dicha reducción colaboró también el hecho de compartir el centro de distribución con otros clientes.

Nestlé en España redujo un 10,74% las emisiones de CO₂ relacionadas con la cadena de distribución

Nestlé fomenta la sensibilización medioambiental en la sociedad en general y entre sus trabajadores

Programas de formación y sensibilización medioambiental

Nestlé fomenta la sensibilización medioambiental en la sociedad en general y entre sus trabajadores. En 2012, en nuestro país, ha ofrecido un promedio de 1,4 horas de formación por empleado y año en temas medioambientales, a través de seminarios y cursos especializados.

La compañía organiza también la **Jornada de Coordinadores de medio ambiente**, con el fin de poner en común las mejores prácticas de cada centro de producción.



Paralelamente, Nestlé emplea todos sus soportes de comunicación interna, como el Boletín Nestlé o la Intranet, para formar e informar al equipo humano sobre temas medioambientales.

Además, con motivo del **Día Mundial del Medio Ambiente**, todos los años la empresa desarrolla campañas de sensibilización en sus fábricas y oficinas. Los empleados plantean las distintas iniciativas y Nestlé pone los medios para llevarlas a cabo en una jornada festiva.

Por otra parte, la compañía se esfuerza por mejorar continuamente la información medioambiental que ofrece al consumidor sobre sus productos y envases, y respalda el desarrollo de herramientas de **comunicación a través de foros**, como la Mesa Redonda Europea sobre Consumo y Producción Alimentarios Sostenibles.



En 2012 la compañía ha ofrecido en España un promedio de 1,4 horas de formación por empleado y año sobre temas medioambientales

LA PLANTA DE ARAIA FIRMA EL PACTO VERDE

La fábrica de helados Nestlé de Araia (Álava) reafirmó en 2012 su compromiso con el medio ambiente mediante la firma del Pacto Verde, impulsado por el Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz dentro del programa de actividades de European Green Capital 2012. Las empresas y organizaciones que forman parte del pacto adquieren el compromiso de implementar alguna medida de mejora en materia ambiental. Así, la fábrica de Araia ha llevado a cabo, entre otras, las siguientes actuaciones: un estudio con empresas externas de ingeniería para identificar puntos de ahorro energético, un proyecto de detección y eliminación de fugas de aire comprimido, un programa de información y sensibilización del personal para reducir la generación de residuos, la instalación de contenedores independientes para segregar los residuos en origen y la creación de un grupo de trabajo para el estudio de la reducción del consumo de agua en las líneas moldeadoras.

Biodiversidad

Las **Directrices de Abastecimiento Responsable (RSG)** de Nestlé incluyen salvaguardias sobre biodiversidad, conservación forestal y cosechas destructivas, gestión hídrica y otros aspectos.

Un magnífico ejemplo de gestión de la biodiversidad en España se encuentra en la planta de envasado de Agua Mineral Natural Viladrau (Girona), en pleno parque Natural del Montseny, declarado Reserva de la Biosfera por la UNESCO y que obtuvo de la Generalitat de Catalunya la certificación "Finca amb Certificat de Gestió Forestal Sostenible". La riqueza de su biodiversidad y la herencia cultural del hombre representan un extraordinario valor que durante años ha entusiasmado a sus visitantes.

Nestlé Waters España ha puesto en marcha un sistema que entre otras acciones incluye:

- ▶ La instalación de una estación meteorológica y un sistema de control del nivel del agua que ofrecen información
- ▶ La elaboración de un Plan de Mejora Forestal dirigido a realizar una gestión forestal respetuosa que permita reducir el riesgo de incendios, proteger las comunidades de alto valor ecológico del parque natural, como los bosques de ribera, y recuperar prados tradicionales muy importantes en la conservación y mejora de la biodiversidad.
- ▶ La recuperación de las aguas empleadas para el lavado de botellas, así como de las aguas industriales, lo que ha permitido reutilizar para uso industrial cerca del 50% del agua residual producida por la planta. En 2012, esto supuso la recuperación de 17 millones de litros de agua.

La planta de envasado de Agua Mineral Natural Viladrau en Girona es un magnífico ejemplo de gestión de la biodiversidad en España







Desarrollo rural

64 Política de desarrollo rural
de Nestlé

65 Colaboración con granjeros
y agricultores

71 Lucha contra el trabajo infantil

Política de desarrollo rural de Nestlé

Nestlé trabaja con unos 680.000 granjeros de todo el mundo que producen las materias primas necesarias para sus productos

El desarrollo rural es una de las tres áreas principales sobre las que se enfoca la filosofía de Creación de Valor Compartido de Nestlé. La compañía trabaja directamente con unos 680.000 granjeros en distintas partes del mundo que producen las materias primas necesarias para la elaboración de los productos Nestlé, y el 73% de las fábricas de la empresa se ubica en zonas rurales.

El bienestar de las comunidades que abastecen a la compañía de materias primas agrícolas y mano de obra local resulta vital para el éxito del negocio. Mediante el desarrollo rural, Nestlé fomenta la producción sostenible entre los agricultores, facilita el empleo local y adquiere directamente las materias primas a proveedores e intermediarios. De esta

forma, la empresa consigue dos objetivos: protege el suministro y la calidad de sus materias primas, y provoca un impacto positivo a largo plazo en la economía local y el nivel de vida de la población rural.

Siguiendo las propuestas del Consejo Asesor de Creación de Valor Compartido, Nestlé ha creado un **Marco de Desarrollo Rural** con el fin de mantener un enfoque continuo en este ámbito. El objetivo final es aportar valor a la empresa y a la sociedad cubriendo las carencias fundamentales y alineando los objetivos de la cadena de suministro y las partes interesadas (agricultores, granjeros y sus comunidades). Este marco se ha puesto en marcha en 21 países seleccionados por orden de prioridad según sus necesidades sociales y comerciales.





Colaboración con granjeros y agricultores

La fidelidad de los granjeros y agricultores es fundamental para que el suministro de materias primas esté garantizado en el futuro. Por este motivo, Nestlé se preocupa de recompensarlos y ayudarlos a mantener buenas prácticas de sostenibilidad ambiental.

En 2012, a nivel global la compañía ofreció ayuda financiera a 44.000 agricultores por valor de 37,8 millones de dólares. Más de 1.100 especialistas, entre los que destaca el grupo de especialistas agrónomos, y 12.000 miembros de personal de apoyo participaron en distintos proyectos en todo el mundo.

Aprovisionamiento responsable

Con el fin de garantizar que los abastecedores de Nestlé comparten y respetan los principios de la compañía referentes a las materias primas, se crearon las **Directrices de Aprovisionamiento Responsable (RSG)** para los siguientes productos: aceite de palma, soja, papel, cartón, leche, café, cacao, azúcar, avellanas, vainilla y mariscos, y próximamente también para el bienestar de los animales.

El fin último es que los proveedores cumplan con los principios comerciales y con los compromisos sociales y medioambientales de Nestlé.

Modelo Nestlé de gestión sostenible de la leche

Nestlé España está comprometida con la sostenibilidad de la producción de leche en España a través de tres plantas lácteas en la Cornisa Cantábrica (Galicia, Asturias y Cantabria) que anualmente recogen y procesan 160 millones de litros procedentes de 500 explotaciones. Con esta leche, la compañía fabrica sus productos de leche condensada, leche en polvo, chocolates y alimentos infantiles.

ORIGEN ESPAÑOL DE LA LECHE EMPLEADA

Nestlé recoge directamente la leche de las 500 explotaciones españolas mencionadas, así como unos 20 millones de litros más que compra a otras industrias, siempre con origen en explotaciones lecheras españolas. Por este motivo, las granjas que suministran la leche se encuentran a corta distancia de los centros de producción.

La compañía lleva a cabo un control directo de las explotaciones lecheras en todas las fases del proceso de producción de la leche, desde el ordeño hasta la condensación en la fábrica.

En 2012 Nestlé ofreció ayuda financiera a 44.000 agricultores por valor de 37,8 millones de dólares





El sello «Leche de Galicia»

Para dejar patente el compromiso de Nestlé con los ganaderos españoles y comunicarlo al consumidor, Nestlé

incorporó en 2012 el sello «Leche de Galicia» en los envases de leche condensada La Lechera y leche evaporada Ideal, ambos productos elaborados en la fábrica de Pontecesures (Pontevedra), y cuya materia prima, la leche, es recogida diariamente a los ganaderos de la comunidad autónoma gallega. En términos anuales, se aplica a 8.300 toneladas de producto de leche condensada y 1.074 toneladas de leche evaporada.

El 100% de la leche fresca empleada por Nestlé en España es suministrada por ganaderos de la Comisa Cantábrica



LA FÁBRICA DE PONTECESURES SE CONVIERTE EN EL CENTRO EUROPEO DE PRODUCCIÓN DE LECHE CONDENSADA

El 29 de mayo de 2012 se inauguraron las nuevas instalaciones de la fábrica pontevedresa de Pontecesures. Así culminaba un proceso iniciado en 2011 que, tras una inversión de 6,2 millones de euros, ha convertido esta planta en el Centro Europeo de Producción de Leche Condensada y ha permitido incrementar un 50% el volumen de producción global (33.500 toneladas) y crear 22 nuevos puestos de trabajo.

Nestlé Pontecesures cuenta con un equipo de asesores agropecuarios que prestan asistencia a las 265 explotaciones ganaderas con las que trabaja para mejorar su gestión y la calidad de la leche.



PROCEDIMIENTOS DE AYUDA A LA SOSTENIBILIDAD

Nestlé desarrolla una serie de acciones destinadas a ayudar a los ganaderos proveedores de leche a mantener su actividad y a superar las dificultades de su negocio de producción de leche.

- ▶ **Microcréditos** para abordar inversiones en la explotación. Cada año, la compañía concede préstamos a sus ganaderos a 36 meses sin intereses para la adquisición de instalaciones de ordeño, tanques de refrigeración, almacenamiento de estiércol, placas solares, etc. El objetivo es que la explotación modernice sus instalaciones para garantizar la producción de leche de la máxima calidad sanitaria y con el menor impacto medioambiental. En 2012 se concedieron préstamos por valor de 1.520.000 euros.
- ▶ **Programas de mejora de calidad** de la leche. Nestlé invierte cada año alrededor de 250.000 euros en la contratación de servicios externos (veterinarios,

laboratorios, técnicos acreditados para la revisión y reparación de instalaciones de ordeño y refrigeración) con el fin de ayudar al ganadero en la mejora constante de sus índices de calidad. Además, la empresa paga una prima extra al ganadero que obtiene índices de calidad higiénica superiores a los exigidos por la ley.

- ▶ **Certificación de explotaciones.** Un grupo piloto de 25 explotaciones ganaderas que suministran leche a la fábrica de Pontecesures (Pontevedra) obtuvieron en marzo de 2012 la certificación de su producción de leche conforme a los requisitos recogidos en la Guía de prácticas correctas para ganadería de vacuno de leche, publicada por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

El certificado fue concedido por la empresa CERTICAR, especializada en la certificación de productos agroalimentarios, y constituye un avance

En 2012 Nestlé concedió en España préstamos por valor de más de un millón y medio de euros a sus ganaderos

El objetivo es que en 2015 estén certificadas todas las explotaciones lecheras de Nestlé en España

en la sistematización de la gestión de las tareas que Nestlé lleva a cabo con los ganaderos. Actualmente se trabaja en el proceso de certificación de otras 70 explotaciones de esta planta.

Por otra parte, 21 ganaderías suministradoras de la fábrica de Sevares (Asturias) y 19 de La Penilla (Cantabria) han sido las primeras de España en obtener un certificado acreditado por la Entidad Nacional de Acreditación (ENAC) tras una auditoría externa. Para lograrlo, los ganaderos recibieron recomendaciones del equipo de asesores agropecuarios de ambas fábricas. A finales de 2012 el 70% de la leche recibida en ellas procedía ya de ganaderías certificadas. El objetivo es que en 2015 estén certificadas todas las explotaciones que suministran leche a estos centros de producción.

- ▶ **Programas de formación.** En 2012, Nestlé destinó 248.000 euros a la formación de 512 ganaderos suministradores de las fábricas de Sevares (Asturias), La Penilla (Cantabria) y Pontecesures (Pontevedra).

- ▶ **Gestión económica** de la explotación. Nestlé tiene un convenio con la Fundación Triptolemos y la Universidad de Santiago de Compostela para analizar los datos económicos de 45 explotaciones lácteas. La compañía envía a los ganaderos informes detallados de los costes e ingresos individuales y del grupo para ayudarles a controlar y mejorar la gestión de su explotación y de ese modo reducir sus costes. En 2012 se destinaron 55.000 euros a este fin, con lo que la aportación de Nestlé suma un total de 386.000 euros desde el inicio del programa.

- ▶ **Estrategia de aprovisionamiento de leche.** Nestlé realiza una recogida directa de la leche, sin intermediarios, lo que implica que el dinero que paga por abastecerse de materia prima va directamente al sector productor. Por otra parte, el hecho de que las explotaciones ganaderas se sitúen cerca de las fábricas supone costes bajos de transporte, una menor huella de carbono, una mayor frescura de la leche recibida y la creación de valor en las áreas rurales limítrofes.



Apoyo a los productores de café y cacao

Nestlé es el comprador directo de café más grande del mundo, ya que adquiere a los agricultores el 10% de los granos de café utilizados para sus productos. Para 2015 la previsión es doblar esta cifra, en el marco del denominado **The Nescafé Plan**. Esta iniciativa pretende optimizar la cadena de suministro de café de Nestlé mediante la inversión de 500 millones de francos suizos hasta 2020 en proyectos relacionados con el café.

El **sistema de compra directa** permite que decenas de miles de pequeños agricultores ofrezcan café directamente a Nestlé, obteniendo así un precio mayor y el acceso a asistencia técnica gratuita. De esta forma mejoran la calidad de sus cosechas y pueden diversificar sus actividades.

Por su parte, el cacao se cultiva en pequeñas granjas familiares. Aprovechando la experiencia adquirida, Nestlé ha

implantado una serie de iniciativas en su cadena de suministro a través del **The Cocoa Plan**, que promueve mejoras en las plantas de producción y ayudas y formación a los agricultores.

En los últimos 10 años, Nestlé ha apoyado la capacitación de 100.000 agricultores de café y cacao, y en la próxima década se prevé apoyar a 130.000 más.

Por otra parte, Nestlé cuenta en España con determinadas gamas de café y confitería cuyas materias primas proceden de cultivos impactados por los programas de sostenibilidad que lleva a cabo la compañía. Entre ellas, cabe destacar los cafés Bonka Origen y el café espresso roast para la cafetera Milano, ambos dirigidos al mercado de hostelería, que están certificados por la ONG Rainforest Alliance. Asimismo, los productos bajo la marca Kit Kat se elaboran con cacao suministrado por los agricultores beneficiados con el Cocoa Plan, cuyo sello aparece en las etiquetas.

The Cocoa Plan promueve mejoras en las plantas de producción de cacao y ayudas y formación a los agricultores



MÁS Y MEJOR CACAO DURANTE 2012

En 2012 Nestlé ha ampliado el The Cocoa Plan para incrementar el suministro sostenible de cacao de calidad, así como el número de cultivadores de este producto y de comunidades beneficiarias de la iniciativa.

La compañía ha distribuido más de un millón de plantas de cacao a los agricultores durante los 12 meses del período de cosecha, hasta septiembre de 2012. También ha formado a más de 21.000 agricultores de todo el mundo, un 10% más que en 2011.

El resultado de estas iniciativas ha sido una producción récord de cacao de 38.000 toneladas, lo que representa un 20% más que el año anterior.

Para 2015, la compañía espera obtener hasta un 15% del total de su suministro de cacao de agricultores bajo su tutela.

En 2012 ha habido una producción récord de 38.000 toneladas de cacao



Reconocimiento para Nestlé por su adaptación al cambio climático

El trabajo de Nestlé para ayudar a los cultivadores de cacao y café a adaptarse a los desafíos medioambientales fue reconocido a finales de 2012 como un ejemplo de buena práctica por parte de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (UNFCCC).

La compañía cree que una de los mejores maneras de apoyar a los granjeros en la

preservación de los cultivos vulnerables a los efectos del cambio climático es formándoles para cambiar sus métodos de producción y minimizar el impacto de sus actividades.

Nestlé ha sido invitada a compartir los detalles de la asistencia agrícola que proporciona como parte de la Iniciativa del Sector Privado de la UNFCCC, un proyecto a largo plazo que tiene como objetivo alentar a las empresas para que contribuyan de un modo sostenible y rentable a dar una respuesta efectiva al cambio climático.



Lucha contra el trabajo infantil

Consciente de que muchos granjeros y agricultores trabajan en malas condiciones, Nestlé ha emprendido acciones concertadas para abordar el tema de los riesgos y los derechos humanos en sus cadenas de suministro.

En enero de 2012 la compañía emitió el **Compromiso sobre el Trabajo Infantil en las Cadenas de Suministro Agrícola**, que apuntaba como prioritarios los cultivos de cacao, avellana y vainilla. En él se incluyen ayudas técnicas a los agricultores e inversiones en proyectos destinados a la reducción del trabajo infantil. Se trata

de abordar este problema de una manera holística, contemplando aspectos laborales y de seguridad y salud, asegurando la asistencia de los niños a la escuela y proporcionando a las familias alternativas que compensen la pérdida de mano de obra por dicha razón. Nestlé se centrará en los grupos más vulnerables, como los hijos de los trabajadores inmigrantes, las niñas, los huérfanos y los casos de tráfico de mano de obra infantil. Nestlé no trabajará con proveedores que no aseguren que dichas prácticas están erradicadas y colaborará con terceros para impulsar certificaciones en este sentido.

Nestlé aborda los riesgos y los derechos humanos en sus cadenas de suministro

NESTLÉ, PRIMERA EMPRESA DE ALIMENTACIÓN SOCIA DE LA FAIR LABOR ASSOCIATION

El 29 de febrero de 2012, Nestlé se convirtió en la primera empresa de la industria alimentaria en cooperar con la **Fair Labor Association (FLA)**, una asociación sin ánimo de lucro que trabaja con grandes empresas para mejorar las condiciones laborales en sus cadenas de suministro.

La compañía invitó a la FLA a iniciar un proyecto para examinar su suministro de cacao de Costa de Marfil. El equipo evaluador visitó un total de siete proveedores, 20 cooperativas y dos uniones de cooperativas y 87 granjas. En total, se realizaron más de 500 entrevistas con agricultores y otros socios de la cadena de suministro.

El objetivo final es proteger la situación y los derechos de los trabajadores, así como detectar y erradicar casos de trabajo infantil. La FLA ya ha realizado 11 recomendaciones a Nestlé con las que la compañía ha estado de acuerdo, por lo que ha empezado a trabajar en colaboración con alguno de sus socios. La empresa se compromete a erradicar el trabajo infantil de su cadena de aprovisionamiento de cacao y a priorizar medidas que aborden este problema incluyendo mejoras en su Código de Proveedores.

La compañía centra sus esfuerzos en los grupos más vulnerables, como los hijos de trabajadores inmigrantes, las niñas, los huérfanos y los casos de tráfico de mano de obra infantil





Equipo humano

-
- 74** Los recursos humanos de Nestlé, su activo más valioso

 - 74** Crear un entorno de trabajo seguro

 - 78** Mejorar la salud y el bienestar de los empleados

 - 79** Formación de los trabajadores y desarrollo profesional

 - 79** Igualdad de género y conciliación de la vida familiar y profesional

 - 80** Lograr un buen clima laboral

 - 81** Voluntariado corporativo

 - 81** Integración de personas con discapacidad
-

El equipo humano de Nestlé está formado por más de 339.000 personas, 5.800 en España

Los recursos humanos de Nestlé, su activo más valioso

Nestlé considera a su equipo humano un factor clave del éxito de la compañía. Su papel es esencial en la concepción de la estrategia empresarial sostenible y de largo plazo de Nestlé basada en la Creación de Valor Compartido.

Consciente de que sus empleados constituyen su activo más valioso, como se recoge en los Principios Corporativos Empresariales de Nestlé, la compañía comienza por aplicar su filosofía sobre ellos con los objetivos de:

- ▶ Garantizar la seguridad laboral.
- ▶ Mejorar la salud y el bienestar de los empleados.
- ▶ Apoyar la estabilidad laboral y fomentar la formación continua y el desarrollo profesional.
- ▶ Promover la igualdad de género y la conciliación de la vida laboral y personal.
- ▶ Favorecer un buen clima de trabajo.

El equipo humano del Grupo Nestlé está formado por más de 339.000 personas; en España, por más de 5.800.



Crear un entorno de trabajo seguro

Uno de los objetivos prioritarios de Nestlé es ofrecer unas condiciones de trabajo seguras y saludables para su equipo humano. Con este fin impulsa el **programa «Seguridad basada en el comportamiento»**, cuyo objetivo es que

cada trabajador interiorice la cultura de prevención de riesgos y la incorpore a sus hábitos de conducta. También se llevan a cabo talleres de seguridad, jornadas de sensibilización y campañas de comunicación sobre el tema, entre otras muchas acciones.

Principales iniciativas sobre seguridad desarrolladas por Nestlé España en 2012

ZERO ACCESS

Tras la fase piloto realizada en la fábrica de La Penilla a finales de 2011, durante 2012 este programa de seguridad, basado en bloquear la accesibilidad a las partes peligrosas de las máquinas, se ha extendido al resto de las plantas del mercado ibérico.

MHE (MATERIAL HANDLING EQUIPMENT)

El objetivo de este proyecto es prevenir los riesgos existentes durante la interacción entre el trabajador y los equipos de trabajo móviles (carretillas). En 2012 se puso en marcha su primera fase, en la que se identificó dónde se producían estos riesgos, para posteriormente establecer unos planes de acción que los eliminen.



La compañía promueve que cada trabajador interiorice la cultura de prevención de riesgos



MIAJADAS Y PONTECESURES, RÉCORD DE DÍAS SIN ACCIDENTES CON BAJA

La planta de Miajadas (Cáceres) se convirtió el 22 de enero de 2012 en todo un referente en materia de seguridad, ya que cumplió 730 días (dos años) sin accidentes, tanto con baja como sin baja, un éxito atribuido a la concienciación en materia de seguridad de toda su plantilla.

Por su parte, coincidiendo con la inauguración de sus nuevas instalaciones, la fábrica pontevedresa de Pontecesures llegó el 29 de mayo de 2012 a los 431 días sin accidentes laborales con baja.





La evaluación de riesgos psicosociales identifica los factores de riesgo presentes en una situación laboral

EVALUACIONES PSICOSOCIALES

Según la Agencia Europea de Seguridad y Salud en el Trabajo, los riesgos psicosociales son los que se derivan tanto de las relaciones sociales o personales que se desarrollan en el centro de trabajo como de las relaciones sociales externas entre el personal de la empresa y sus usuarios, clientes u otras personas ajenas a su actividad. La evaluación de riesgos psicosociales persigue identificar factores de riesgo presentes en una situación laboral y que están directamente relacionados con la organización, el contenido del trabajo y la realización de la tarea, y que tienen capacidad para afectar tanto al bienestar y la salud del trabajador como al desarrollo

del trabajo, con el fin de establecer medidas de mejora para prevenir daños.

El equipo de la Unidad de Seguridad y Salud laboral, junto con el responsable de prevención de cada centro de trabajo, realizó en 2012 este tipo de evaluaciones psicosociales en las fábricas de Araia, Valladolid, Pontecesures, La Penilla, Girona, Gijón, Reus y Sevares, así como en Davigel Baleares y en el área de ventas 40 de HealthCare Nutrition. Los buenos resultados obtenidos dan fe de que Nestlé respeta la dignidad personal, la privacidad y los derechos personales de cada empleado, y de que está comprometida con mantener el lugar de trabajo libre de situaciones de discriminación o acoso.

LA PLANTA DE HERRERA DEL DUQUE, UN EJEMPLO EN LA SEGURIDAD DE TRANSPORTISTAS Y VISITANTES

La fábrica de Nestlé Waters de Herrera del Duque (Badajoz) acabó de implementar en 2012 un programa que ha conseguido marcar hábitos de seguridad a todos los transportistas y visitantes que acuden a la planta diariamente.

En el desarrollo de este programa se llevaron a cabo dos tipos de medidas: por una parte, la implementación de mejoras en las instalaciones logísticas con el fin de eliminar el riesgo de colisión de las carretillas y los camiones con los peatones; y, por otra parte, la sensibilización y concienciación en comportamientos y actitudes seguras, para lo cual se plantearon procedimientos de trabajo seguros, normas de conducta para transportistas y carretilleros, y un plan de formación completo para empleados de logística y transportistas.

Principales indicadores de seguridad laboral

A nivel de Grupo, Nestlé evalúa su gestión en seguridad laboral a través de una larga serie de indicadores, de los cuales cabe destacar tres que, en el conjunto de los centros situados en España, han tenido una evolución desigual en el año 2012: el número total de accidentes con y sin baja registró una disminución del 21%, la siniestralidad laboral con baja aumentó un 8,6% y,

lo más importante, no se produjo ningún accidente con resultado de muerte entre los trabajadores de Nestlé en España ni entre sus contratistas.

En cualquier caso, y dada la máxima de la compañía de lograr el objetivo de «cero accidentes», Nestlé se ha comprometido a hacer lo posible por prevenirlos en el futuro y mejorar estos indicadores, especialmente mediante su **programa «Conducción segura»**.

El número total de accidentes con y sin baja en Nestlé registró en 2012 una disminución del 21%



NESTLÉ ESPAÑA CELEBRA EL DÍA MUNDIAL DE LA SEGURIDAD Y LA SALUD EN EL TRABAJO

El 28 de abril de 2012, los centros de trabajo de Nestlé España celebraron el Día Mundial de la Seguridad y la Salud en el Trabajo con distintas actividades.

La fábrica de Sebares (Asturias) llevó a cabo una campaña de refuerzo de las normas de circulación por la planta, mientras que la planta de Valladolid centró sus actividades en torno a la ergonomía. En la fábrica de Girona se organizó un concurso fotográfico bajo el lema «La seguridad en la vida cotidiana», y en la planta de Miajadas (Cáceres) se recogieron tarjetas con el compromiso seguro de cada uno de los trabajadores para 2013.

En 2012 Nestlé España llevó a cabo varias campañas para la prevención de enfermedades entre sus empleados

Mejorar la salud y el bienestar de los empleados

Nestlé ha sido precursora en el cuidado de la salud de los empleados, un campo en el que promueve desde hace años diferentes iniciativas:

- ▶ Facilita revisiones ginecológicas anuales gratuitas al personal femenino.
- ▶ Lleva a cabo campañas de detección de cáncer de próstata en empleados mayores de 50 años.
- ▶ Impulsa programas tutelados antitabaco y contra el sobrepeso y la obesidad.
- ▶ Realiza revisiones médicas periódicas en relación con los riesgos de cada puesto de trabajo.
- ▶ Ofrece menús equilibrados en los comedores de empresa.

Campañas médicas

Durante 2012, Nestlé España llevó a cabo varias campañas para la prevención de la salud de sus empleados y colaboradores, además de las pertinentes revisiones médicas.

Dentro de las campañas anuales habituales, se realizaron las de **vacunación antigripal y**

antitetánica. Las campañas nuevas fueron la de detección de sangre oculta en heces para la **prevención del cáncer colorrectal** y la de medición de la presión intraocular para la **prevención del glaucoma**.

Aunque la participación varió según cada centro, la aceptación general entre los empleados fue positiva y permitió, en la campaña de detección de sangre oculta en heces, detectar procesos incipientes de enfermedad y aplicar el adecuado tratamiento curativo.

Ergonomía participativa

En 2012 se lanzó una iniciativa piloto sobre ergonomía, «Ergonomía participativa», en los negocios de helados y productos del café. Su objetivo fundamental es el aprendizaje, por parte de los empleados, de medidas preventivas para el buen uso de todo su sistema musculoesquelético, de forma que puedan superar y controlar posibles molestias, así como mejorar el conocimiento y la percepción del propio cuerpo y de las posturas en todos sus entornos.



Formación de los trabajadores y desarrollo profesional

El principal objetivo de Nestlé en el ámbito formativo de su equipo humano es facilitar a cada empleado los medios adecuados para el desarrollo de sus competencias profesionales, con el fin de que pueda gestionar eficientemente los retos de su puesto de trabajo y sentirse satisfecho con lo que lleva a cabo.

La oferta formativa dirigida a los trabajadores de Nestlé se basa en **cursos de mejora de las habilidades profesionales y de los conocimientos** aplicables a cada disciplina. Cada año, el Departamento de Recursos Humanos elabora un plan de formación en horario laboral que cubre múltiples disciplinas profesionales, idiomas y otros ámbitos de mejora personal.

En 2012, Nestlé en España ha ofrecido más de 180.000 horas de formación, lo que

supone 31 horas por empleado y año y una inversión de casi 1,8 millones de euros.

Por otra parte, Nestlé fomenta el desarrollo profesional a largo plazo de sus empleados, en el marco de su política de promoción interna, lo que constituye un ejemplo más de Creación de Valor Compartido, ya que la compañía se asegura una gestión eficaz de su negocio y, al mismo tiempo, una motivación personal y profesional de sus empleados.

El desarrollo profesional se impulsa a partir de diversas herramientas, entre las que destaca la **Progress Development Guide (PDG)**, que permite identificar las fortalezas y necesidades de desarrollo de cada trabajador y realizar un plan personalizado de progreso profesional, y que se aplica al 100% de la plantilla.

Nestlé en España ofreció en 2012 más de 180.000 horas de formación a sus empleados

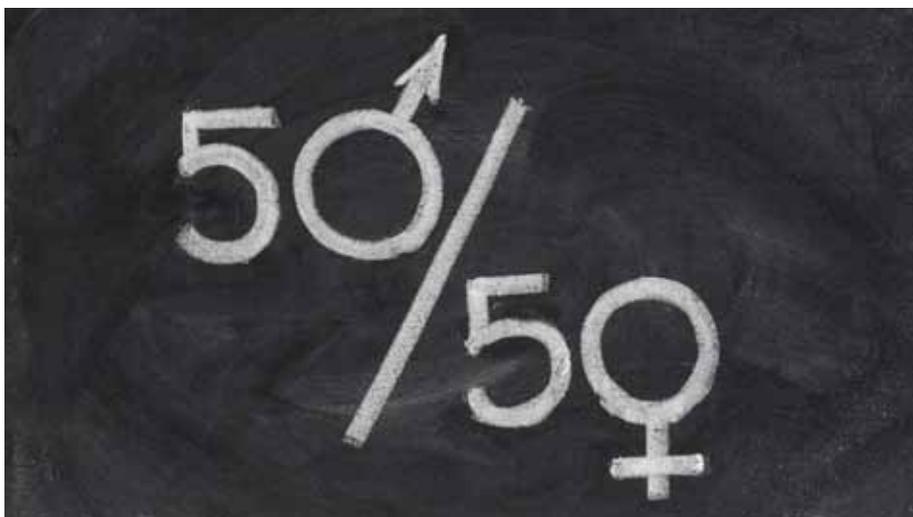
Igualdad de género y conciliación de la vida familiar y profesional

Igualdad de género, un pilar fundamental para la competitividad

La igualdad de género en Nestlé es uno de los aspectos fundamentales dentro de la Creación de Valor Compartido en el ámbito de los recursos humanos. Según Paul Bulcke, máximo responsable ejecutivo de la compañía, «la igualdad de género es una condición indispensable para garantizar la competitividad de la empresa».

Ya en 1998, Nestlé se adhirió al **Programa Óptima**, que impulsaba la participación equilibrada de hombres y mujeres en la compañía.

En 2010 se firmó el **Plan de Igualdad** en Nestlé España, lo que constituyó un paso más al establecer los objetivos y los planes de acción para lograr la igualdad de oportunidades. Este plan incluye, entre otras cosas, políticas concretas de selección de personal y promoción interna para lograr el equilibrio de géneros y aspectos



de sensibilización de los líderes de la organización. En este sentido, en 2012 más de 45 personas participaron en los talleres sobre igualdad de género dirigidos a jefes de departamento para concienciar sobre este aspecto, completando así la acción de sensibilización a mandos que se inició en 2011.

Nestlé aplica medidas de flexibilidad horaria, en el tiempo y en el espacio

Medidas de conciliación laboral y familiar

Nestlé considera fundamental impulsar políticas que permitan la conciliación de la vida familiar y laboral de sus empleados, con el fin no sólo de mejorar el rendimiento, sino también de mejorar la vida de los trabajadores y satisfacer sus necesidades individuales.

Algunas de las medidas de conciliación en este sentido que aplica Nestlé son la flexibilidad horaria, de la que se

benefician todos los empleados con tareas administrativas, la flexibilidad en el tiempo –vacaciones fraccionadas a la carta o días de permiso a cuenta de horas– y la flexibilidad en el espacio –ordenador portátil para el personal que lo requiera por motivos profesionales con conectividad a la red de Nestlé, uso de videoconferencia o reuniones *on-line*–. En este apartado, en 2012 se llevaron a cabo programas piloto de teletrabajo para evaluar esta alternativa de una manera más amplia en un futuro próximo.



La encuesta «Nestlé y yo» evalúa el clima laboral de la empresa

Lograr un buen clima laboral

En el marco de su preocupación por el bienestar de los trabajadores, Nestlé lleva a cabo cada dos años la encuesta «**Nestlé y yo**», que permite valorar la implantación de los principios y la cultura de Nestlé y conocer de primera mano la opinión de los empleados para evaluar el clima laboral de la empresa. Las preguntas de la encuesta se categorizan en 14 módulos que abordan aspectos como la alineación de los trabajadores con los objetivos de la compañía, el liderazgo de equipo, el respeto, la recompensa y el reconocimiento, o la autonomía para tomar decisiones.

En 2012, la participación de los trabajadores de Nestlé España en esta encuesta

fue un éxito, alcanzando el 91%, un 6% superior respecto a la encuesta de 2010. Precisamente, la encuesta reveló que el 82% de los empleados de Nestlé están alineados con la estrategia de la empresa, que el 79% está comprometido con la misma y que el 77% reconoce, a su vez, que la compañía está cumpliendo con sus compromisos.

Por otra parte, el **Programa Alto Rendimiento y Bienestar** ha supuesto no sólo un beneficio para Nestlé al aumentar el rendimiento de los trabajadores, sino que ha permitido también proporcionar a los empleados una mayor satisfacción en su puesto de trabajo, dado que ha mejorado la forma de trabajar.

Voluntariado corporativo

En el marco de su propósito de contribuir a mejorar la sociedad, Nestlé promueve el voluntariado corporativo y facilita que sus empleados puedan dedicar parte de su tiempo a colaborar con causas sociales.

En el capítulo «Acción social» de este informe se detallan algunas actividades de voluntariado corporativo llevadas a cabo en 2012, entre las que destacan la segunda fase de la iniciativa «**Tu plato es salud**» o las vinculadas a la labor realizada por los bancos de alimentos.

Hay que señalar que uno de los aspectos fundamentales en el fomento del voluntariado es la etapa de sensibilización y concienciación. Por ello, la oficina central de

Esplugues de Llobregat fue el escenario, el 26 de junio de 2012, del **primer encuentro de ONG**, bajo el lema «¡Acércate a ell@s!». De esta manera, seis de las ONG con las que Nestlé colabora habitualmente dieron a conocer su labor a los empleados de la compañía. Participaron Cruz Roja, Banc de Recursos, Nutrición sin Fronteras, Fundación Finestrelles, Banc dels Aliments de Barcelona y Burkinafasotambé. El evento fue muy bien recibido, tanto por las entidades, que pudieron dar a conocer su filosofía y su área de actividad, como para los colaboradores, que tuvieron la oportunidad de acercarse a ellas, por lo que todos apostaron por su continuidad.

Nestlé facilita que sus empleados puedan dedicar parte de su tiempo a colaborar con causas sociales

Integración de personas con discapacidad



En su afán por ser una empresa socialmente responsable, Nestlé ofrece oportunidades de empleo a personas con algún tipo de discapacidad física o intelectual a través de acuerdos con distintas entidades como la Fundación Adecco, STARDRAW o FEMAREC, entre otras. Se trabaja con centros especiales de empleo y mediante los acuerdos con estas organizaciones para potenciar la empleabilidad de discapacitados en Nestlé.

En 2012, el conjunto de las sociedades de Nestlé en España cumplió con la Ley de Integración Social de los Minusválidos (LISMI), llegando al 2,57% de empleabilidad, incluyendo las equivalencias por las medidas alternativas utilizadas que contempla la ley.

La compañía ofrece oportunidades de empleo a personas con discapacidad física o intelectual





Acción social

84 La contribución de Nestlé a la comunidad

84 Donaciones para los más necesitados

87 Compartir los conocimientos en nutrición con quienes más lo necesitan

87 Colaboración con la labor social y humanitaria de Cruz Roja

88 Apoyo a personas con discapacidad

89 Otras iniciativas sociales

La contribución de Nestlé a la comunidad

Nestlé participa en iniciativas que contribuyen a la consecución de los Objetivos del Milenio de Naciones Unidas

Nestlé reconoce que, como empresa líder en nutrición, salud y bienestar, sus acciones tienen una gran influencia sobre la comunidad. Por este motivo, la compañía participa activamente con otras organizaciones en programas e iniciativas que contribuyen a la consecución de los Objetivos de Desarrollo del Milenio promovidos por Naciones Unidas. Los Objetivos del Milenio son, entre otras cosas, un importante intento de dar prioridad a lo necesario para satisfacer las necesidades más acuciantes de la población de los países en desarrollo. Se centran en la reducción de la pobreza y el hambre, la educación, la salud de la mujer, la población infantil y la reducción de enfermedades endémicas; abordan el problema de la sostenibilidad

medioambiental y resaltan la importancia de la asociación para obtener resultados.

Además apoya y promueve los 10 principios del Global Compact de Naciones Unidas, que versan sobre derechos fundamentales de las personas, derechos laborales, medio ambiente y buen gobierno de las empresas.

La acción social de Nestlé en España se centra principalmente en colaborar regularmente con los bancos de alimentos mediante la donación de sus propios productos para cubrir las necesidades de personas en situación de pobreza. También apoya la labor de Cruz Roja y coopera con entidades cuya actividad está relacionada con las áreas de nutrición e infancia.

Donaciones para los más necesitados

En 2012 la compañía en España donó 400 toneladas de productos Nestlé a los bancos de alimentos

Productos Nestlé para los bancos de alimentos

Además del esfuerzo por incluir en el mercado productos sabrosos y nutricionalmente equilibrados, como empresa socialmente responsable Nestlé está comprometida no sólo con quienes pueden comprar sus productos, sino también con las personas que no pueden hacerlo. En su afán por cubrir una necesidad básica como es la alimentación, y consciente

de la agudización de la pobreza provocada por la crisis económica, Nestlé aplica una política establecida para la donación regular de productos a los grupos más desfavorecidos a través de los bancos de alimentos. Éstos son organizaciones sin ánimo de lucro cuyo objetivo es la obtención y distribución de alimentos a centros asistenciales que se ocupan de la manutención de personas necesitadas. En 2012, la compañía entregó a estas organizaciones 400 toneladas de productos Nestlé.



25 AÑOS COLABORANDO CON LA FUNDACIÓ BANC DELS ALIMENTS DE BARCELONA

El 25 de junio de 2012, la Fundació Banc dels Aliments de Barcelona otorgó a Nestlé un diploma por su compromiso continuado con esta institución, en una ceremonia conmemorativa del 25 aniversario de la Fundació celebrada en el Auditorio de CosmoCaixa de Barcelona.

Nestlé España colabora con esta entidad desde el año 1987 aportando productos en perfecto estado destinados a los más desfavorecidos. En el evento, Antoni Sansalvadó, presidente de la Fundació, destacó la labor de Nestlé «por su colaboración constante y desinteresada desde los inicios de nuestra fundación en la lucha contra el derroche y el hambre más cercana».



Voluntarios de Nestlé en España participaron en la Gran Recogida de Alimentos de Alimentos

INICIATIVAS SOLIDARIAS A FAVOR DE LOS DESFAVORECIDOS

Los trabajadores de Nestlé España se sumaron a la masiva movilización ciudadana de recogida de alimentos para personas en situación de pobreza que se llevó a cabo en las semanas previas a la Navidad de 2012. Para ello se ideó un *pack* solidario, compuesto por productos básicos y valorado en 20 euros, que los trabajadores podían adquirir al hacer la compra en alguno de los supermercados de que disponen los distintos centros de trabajo de la compañía. Más de 800 empleados participaron en esta iniciativa y lograron reunir 7.000 kilos de alimentos, a los que se sumaron otros 7.000 kilos donados por Nestlé. El total fue entregado a los bancos de alimentos con los que habitualmente colabora la empresa.

A su vez, Nestlé organizó una acción de voluntariado en favor de la Fundació Banc dels Aliments, dirigida a sus empleados de la oficina central, consistente en ayudar en las tareas de clasificación y embalaje de productos donados por los ciudadanos con motivo de la tradicional campaña «Gran Recogida de Alimentos». En dos turnos de tres horas y en horario laboral, 74 voluntarios de Nestlé consiguieron reclasificar hasta 100 grandes bañeras de productos donados.

En la misma línea, la compañía participó también en la campaña «Click solidario», que permitía adquirir *on-line* productos de diversas empresas, entre ellas Nestlé, a través de Facebook, una iniciativa realizada en colaboración con la Fundació Banc dels Aliments de Barcelona y la Obra Social "la Caixa".



Donación de arroz gracias al reciclaje de cápsulas de café

Nespresso donó a finales del mes de noviembre 68 toneladas de arroz a la Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL), como fruto de su sistema de reciclaje de cápsulas usadas, implantado en España desde el año 2009. Por segundo año consecutivo, y gracias a la gran participación de los consumidores, Nespresso ha traducido el reciclaje de cápsulas en un beneficio tangible para la sociedad española.

A través de la utilización del poso del café como abono, impulsó la fertilización de 18 hectáreas de arroz (un 38% más que



en 2011) en el delta del Ebro y compró la cosecha completa para repartirla entre los 54 bancos de alimentos de todo el país.

En 2012 Nestlé España donó a la Fundació Banc de Recursos 51 ordenadores destinados a proyectos de alfabetización en Bolivia



Material informático y mobiliario de oficina

Nestlé colabora con organizaciones sin ánimo de lucro como Save the Children o la Fundació Banc de Recursos mediante la donación de material informático que estas entidades hacen llegar a quienes más lo necesitan.

En 2012, Nestlé España donó a la Fundació Banc de Recursos 26 ordenadores portátiles y 25 de sobremesa destinados a proyectos de alfabetización informática que la organización lleva a cabo en Bolivia. La compañía donó también a la misma entidad mobiliario compuesto principalmente por mesas y sillas que fue derivado a la Fundació Privada AFMA, al centro de acogida Assís, a la asociación Acció Hospitalària y a la Associació per la Inserció Social i Laboral.

Compartir los conocimientos en nutrición con quienes más lo necesitan



Ya en 2011 Nestlé emprendió el camino del voluntariado corporativo con el proyecto «Tu plato es salud», talleres de formación sobre alimentación saludable dirigidos a colectivos en situación de riesgo, principalmente familias inmigrantes.

En 2012, coincidiendo con el Año Europeo del Envejecimiento Activo, esta acción de formación en hábitos saludables se dirigió a personas mayores, con el objetivo de mejorar su calidad de vida. De nuevo, la iniciativa contó con el entusiasmo del personal de Nestlé: 74 voluntarios impartieron 105 talleres en 41 entidades de Barcelona, llegando a más de 1.300 beneficiarios.

Además de enseñar hábitos de alimentación saludable, se hizo hincapié en aspectos relacionados con el ejercicio físico. Para ello, los voluntarios recibieron formación sobre las especificidades psicosociales en las personas mayores, con la inapreciable colaboración de Nestlé Health Science, para conseguir talleres participativos en casas de acogida de personas mayores.

El programa de voluntariado Nestlé «Tu plato es salud» fue la iniciativa de la compañía seleccionada para participar en el IV CSR Marketplace, organizado por Forética y celebrado en Madrid en noviembre de 2012.

La iniciativa «Tu plato es salud» se dirigió a las personas mayores en 2012



Colaboración con la labor social y humanitaria de Cruz Roja



Desde el año 1963, Nestlé España coopera con Cruz Roja en diversas labores de carácter social y humanitario que lleva a cabo la organización.

En los últimos años, la compañía ha patrocinado la campaña anual de captación y promoción de voluntarios que colaboran para

paliar las carencias de los colectivos más vulnerables.

Además, a lo largo del primer trimestre de 2012, se desarrolló en la fábrica de Valladolid el programa de voluntariado Nestlé «Tu plato es salud». Tras unas jornadas de formación, los voluntarios impartieron cursos centrados en la mejora de los hábitos alimentarios dirigidos a colectivos muy variados: personas mayores, voluntarios de Cruz Roja que atienden a personas marginadas y población de los municipios próximos.

Nestlé España patrocina la campaña anual de captación y promoción de voluntarios de Cruz Roja

Nestlé España impulsa un programa para mejorar la nutrición de personas con discapacidad intelectual

Apoyo a personas con discapacidad

Nestlé España colabora con distintas entidades que desarrollan iniciativas enfocadas a discapacitados. Así, la compañía impulsa el programa Nestlé de nutrición para personas con discapacidad intelectual en la **Fundación Pro-disminuidos Finestrelles**, de Esplugues de Llobregat (Barcelona). El objetivo es ofrecer una buena gestión de la nutrición a estas personas, tanto para

prevenir como para tratar posibles problemas de salud en relación con la alimentación.

También colabora con la **Fundación Adecco** para el desarrollo del Programa de Integración Social y Laboral de Personas con Discapacidad, que pretende potenciar la igualdad de oportunidades, y mantiene acuerdos con diferentes centros especiales de empleo.



Nestlé Purina apoya la formación de perros de asistencia para personas con discapacidad

PROYECTO «SOLOS NO, JUNTOS»

Nestlé Purina y la Fundación Adecco se sumaron en noviembre de 2012 al trabajo que realiza la **Associació CRIT – Gossos d'assistència de Catalunya** en la formación de perros de asistencia y en la inserción social y laboral de personas con discapacidad, así como en la sensibilización de la sociedad respecto a las necesidades de este colectivo.

En el marco del Día Internacional de las Personas con Discapacidad, las tres entidades formalizaron un acuerdo para el desarrollo del proyecto «Solos no, juntos», que finalizará en noviembre de 2013. Mediante esta iniciativa, tres personas adultas con discapacidad física y que requieren de un perro de asistencia adquieren una formación como adiestradores de perros que facilitará su futura integración en el mercado laboral. Asimismo, incrementan su autonomía e independencia al ser dotados de un perro de asistencia.

Profesionales de la Associació CRIT siguen la evolución del proceso y la relación entre el discapacitado y el animal para garantizar una formación correcta.

Otras iniciativas sociales

Promoviendo el respeto por los animales

En un contexto en el que el abandono de animales se ha intensificado con la crisis, Nestlé Purina puso en marcha en septiembre de 2012, con la colaboración de 22 protectoras de animales, la **iniciativa «Demuestra tu pasión»**, con el fin de fomentar la adopción de mascotas abandonadas. Al mismo tiempo, la compañía colaboró con la labor de las entidades protectoras mediante la donación de alimento.

«Demuestra tu pasión» se llevó a cabo a partir de una aplicación de Facebook. En ella, por una parte, Nestlé Purina animaba a los usuarios a adoptar animales ofreciendo información de las protectoras y las mascotas que tenían en adopción y se comprometía a guiarlos durante el proceso de adopción y a obsequiarlos con un *pack* de regalo. Entre los adoptantes se sortearon 20 donaciones de comida para el primer año de vida de la mascota. Por otra parte, la aplicación posibilitaba la donación de 4.000 kilos de alimento por parte de Nestlé Purina a los centros que los usuarios de Facebook escogieran. Éstos podían hacer *click* en un mapa con la ubicación de las distintas protectoras y, por cada *click*, Nestlé Purina donaba una ración de alimento al centro en cuestión. El éxito de la acción se tradujo en 41.000 visitas a la página de esta iniciativa en Facebook, la donación de 8.500 comidas y la petición de adopción de 40 mascotas.



En 2012 Nestlé Purina puso en marcha una iniciativa para fomentar la adopción de mascotas abandonadas

Apoyo a la inserción laboral de jóvenes

Nestlé España inició en 2012 su colaboración con la Fundació Príncep de Girona (FPdGi) en el **proyecto «Apadrinant el talent»**, con el fin de aumentar la empleabilidad de los jóvenes con titulación superior procedentes de entornos económicamente desfavorecidos y garantizar, así, la igualdad de oportunidades en el acceso al mercado laboral.

El objetivo de este programa es que, a través de diferentes sesiones de *coaching/mentoring*, 180 profesionales voluntarios proporcionen a los 280 jóvenes participantes formación y asesoramiento para introducirse en el mundo laboral. Las primeras sesiones tuvieron lugar a finales de 2012 en Barcelona, Madrid y Girona.



Los Premios Caja Roja a la Solidaridad reconocen las iniciativas solidarias de personas anónimas

Premios Caja Roja a la Solidaridad

Bajo el lema «Recibes más de lo que das», los Premios Nestlé Caja Roja a la Solidaridad reconocen iniciativas solidarias de personas anónimas que no disponen del apoyo de ninguna institución.

El ganador de la segunda edición de estos premios en 2012 fue Josele Ferré, impulsor del **proyecto «Mi Mundo Rett»** y padre de María, una niña que padece una enfermedad catalogada como rara y conocida como el síndrome de Rett. A través de la web www.mimundorett.com, Ferré invita a participar en diferentes iniciativas y «rettos» que tienen como objetivo dar a conocer y combatir esta enfermedad.

Martina Klein, la madrina de los premios, entregó el galardón y los 10.000 euros con los que está dotado para seguir fomentando su proyecto.

Otros finalistas, que recibieron 1.000 euros cada uno para continuar con su labor solidaria, fueron: Manuel Díaz, quien reparte alimentos y ayuda a personas sin recursos a través de la iniciativa «El macarrón solidario»; M^a Angeles Ortí, que da cobijo, asesora y ayuda a buscar trabajo a personas que salen de la cárcel; Victoria Mendoza, quien ofrece terapia, talleres y ayuda a personas o colectivos en riesgo de exclusión social, y María Rivas, que dedica su tiempo libre a repartir alimentos y a ofrecer información sobre recursos útiles a personas que viven en la calle.



Nestlé España colabora con el Día de la Recolecta contra el Cáncer y en campañas de donación de sangre

Colaboraciones sobre temas de salud y seguridad laboral

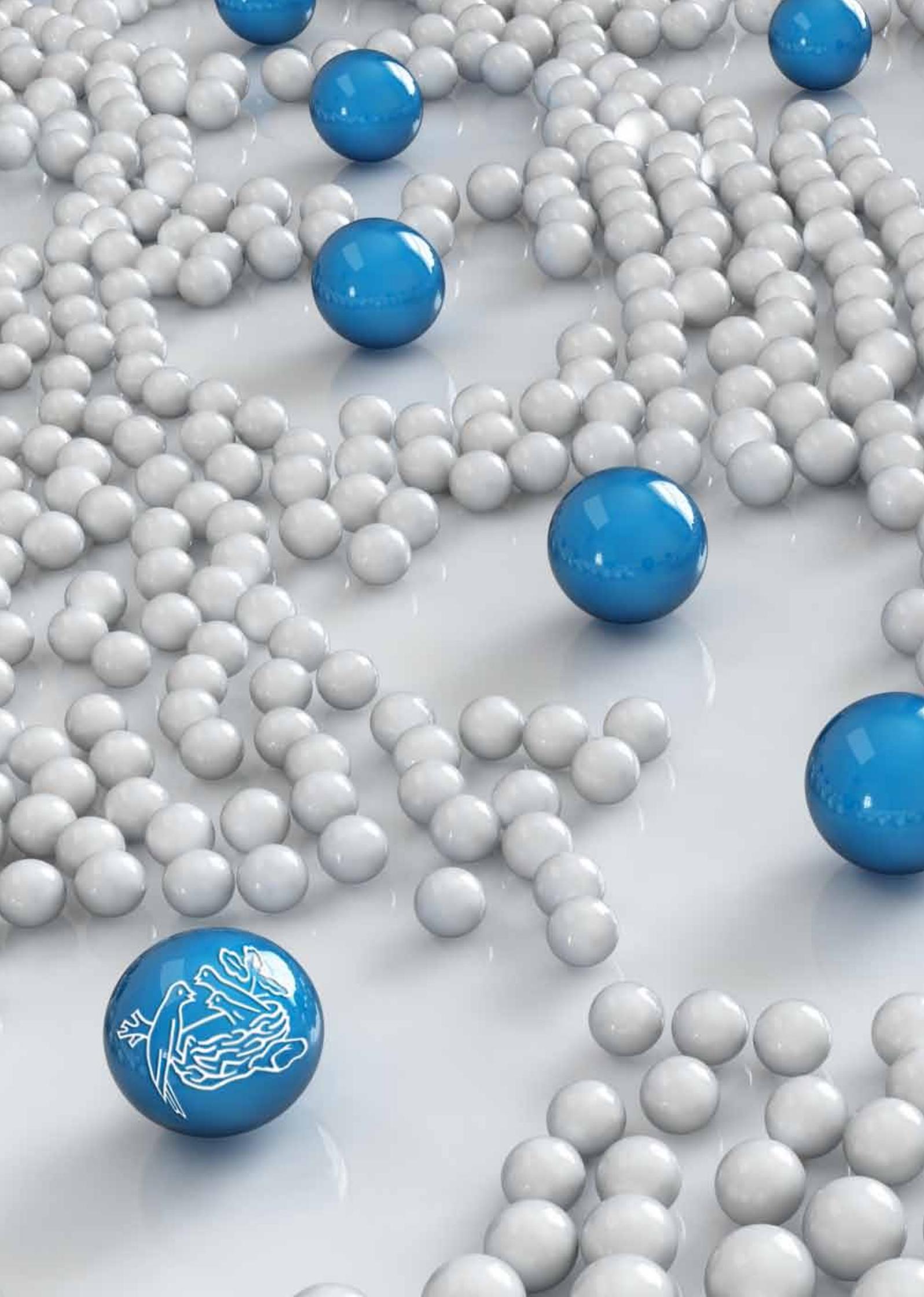
Coincidiendo con el **Día de la Recolecta contra el Cáncer**, organizado por la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC), y respondiendo a la demanda de esta entidad, Nestlé instaló el 5 de junio de 2012 en su oficina central de Esplugues de Llobregat una mesa petitoria para colaborar en la recolecta. Se recaudaron 1.300 euros.

Días después, también en la oficina central, se llevó a cabo una **campaña de donación de sangre** en colaboración con el Banco de Sangre y Tejidos de la Generalitat de

Catalunya, que trabaja para atender las necesidades de sangre de hospitales y clínicas.

Por otra parte, en la fábrica de La Penilla (Cantabria), Nestlé impulsó una iniciativa en la que dio a conocer los procedimientos de la compañía en materia de **seguridad y salud**, tanto a nivel global en Nestlé como en la propia fábrica, a todo el alumnado del colegio Gerardo Diego del municipio de Santa María de Cayón. Mediante diversas actividades desarrolladas en el centro a lo largo del curso escolar, el objetivo fue inculcar en los más jóvenes (además de en sus padres y profesores) una manera segura de vivir.







Principales retos de Nestlé

94 Mantener el liderazgo en nutrición, salud y bienestar

96 Proteger el medio ambiente y promover la gestión sostenible del agua

97 Impulsar el desarrollo rural y las buenas prácticas de los proveedores

98 Inculcar una cultura de alto rendimiento y bienestar entre el personal

Nestlé articula sus retos en torno a los ejes clave de Creación de Valor Compartido



Con el objetivo de generar valor para la sociedad a corto y largo plazo, así como de garantizar la competitividad y sostenibilidad de la empresa, Nestlé en España se ha planteado una serie de retos articulados en torno a los ejes clave de Creación de Valor Compartido.

Estos retos se refieren a aspectos tan importantes como el liderazgo en nutrición, salud y bienestar; la protección del medio ambiente y la gestión sostenible del agua; la promoción del desarrollo rural, o el bienestar de los empleados de la compañía.

Mantener el liderazgo en nutrición, salud y bienestar



Como empresa líder en alimentación y bebidas, Nestlé tiene un reto fundamental: la nutrición, la salud y el bienestar de sus consumidores. Para la compañía, la nutrición constituye la principal área de actuación en la que desarrollar su gestión responsable con el fin de ofrecer productos seguros y de la más alta calidad mediante la innovación y la investigación.

Nestlé ha adquirido un compromiso público de mejora del perfil nutricional de sus productos, así como de promoción de hábitos de vida saludables. Además, impulsa la comunicación en nutrición al público en general y a los líderes de opinión.



Retos para los próximos años

- ▶ Promover la lactancia materna como el mejor alimento para los bebés durante los primeros meses de vida.
- ▶ Proporcionar los productos nutricionalmente más avanzados para los bebés. Un ejemplo de ello es que todos los tarritos y la mayoría de papillas de cereales infantiles Nestlé no contienen azúcares añadidos.
- ▶ Fomentar el consumo responsable proporcionando en cada producto recomendaciones sobre las porciones adecuadas, en el 100% de los productos destinados a niños.
- ▶ Lograr que el 100% de los helados infantiles tengan un máximo de 110 kcal antes del año 2014.
- ▶ Reducir el 10% de azúcar en nuestras bebidas chocolateadas antes del fin de 2014.
- ▶ Seguir mejorando el perfil nutricional de los cereales para el desayuno, compromiso añadido a las mejoras ya alcanzadas en 2012 de 9 g de azúcar por ración, 135 mg de sodio por ración y una cantidad de cereales integrales mayor que la de cualquier otro ingrediente.
- ▶ Impulsar la elaboración de los productos Nestlé con los mismos ingredientes y la preparación empleados en las cocinas caseras, limitando el uso de aditivos al mínimo imprescindible para garantizar su seguridad y estabilidad.
- ▶ Reducir el 20% de sal desde 2004 hasta 2015 en los productos culinarios. A día de hoy ya se ha alcanzado el 14%, centrado en gran medida en las categorías de tomate frito y platos preparados. El 6% adicional se centrará en las ayudas culinarias deshidratadas.
- ▶ Promover la elaboración de productos Nestlé con los aceites y grasas más saludables, un compromiso adicional a la eliminación de grasas *trans* que ya se aplica en todos los productos.
- ▶ Elaborar todos los productos de Nestlé sin colorantes ni aromas artificiales antes del fin de 2015.
- ▶ Cumplir con los más estrictos criterios del Sistema de Perfiles Nutricionales de Nestlé (NNPS) en todos sus productos destinados a niños e impulsar su aplicación para las principales innovaciones dirigidas tanto a niños como a adultos.
- ▶ Proporcionar soluciones para personas con problemas nutricionales o en situación de riesgo nutricional gracias a las fórmulas desarrolladas por Nestlé Health Sciences.

La compañía tiene el objetivo de minimizar continuamente los recursos naturales en todas sus operaciones

Proteger el medio ambiente y promover la gestión sostenible del agua

Nestlé, como agente social que es, está obligada a demostrar un comportamiento responsable hacia el medio ambiente, como base para abordar los negocios desde la perspectiva de Creación de Valor Compartido. En este sentido, la compañía tiene el objetivo de minimizar continuamente el consumo de recursos naturales (agua y energía) en todas sus operaciones, así como de reducir el impacto ambiental de su actividad.

También resulta fundamental para Nestlé llevar a cabo una gestión responsable del agua, no sólo en lo que se refiere a la disminución de su consumo, sino también en cuanto al respeto de los recursos hídricos locales y a la depuración de las aguas residuales.



Objetivos para 2013

- ▶ Lograr un ahorro adicional de agua por tonelada de producto del 20% con respecto a 2012.
- ▶ Reducir un 2% adicional el consumo de energía por tonelada de producto en relación con la cifra de 2012.
- ▶ Disminuir la cantidad de residuos enviados a vertedero por tonelada de producto en un 10%.
- ▶ Rebajar un 4% las emisiones de gases de efecto invernadero por tonelada de producto en los procesos industriales, y un 5% en el transporte.
- ▶ Continuar con sus proyectos de reducción del peso de los envases y de recogida de cápsulas monodosis.
- ▶ Seguir mejorando los indicadores medioambientales de la compañía y ampliar los programas de eficiencia energética.



Nestlé busca provocar un impacto positivo en la economía local y el nivel de vida de la población rural

Impulsar el desarrollo rural y las buenas prácticas de los proveedores

Mediante su política de desarrollo rural, Nestlé busca no sólo proteger el suministro y la calidad de sus materias primas, sino también provocar un impacto positivo a largo plazo en la economía local y el nivel de vida de la población rural.

Asimismo, la compañía participa en distintas iniciativas para promover buenas prácticas entre sus socios y proveedores, a quienes proporciona formación y asistencia técnica.

Objetivos para 2013

- ▶ Continuar con el modelo Nestlé de gestión sostenible de la leche, que contempla la concesión de microcréditos a los ganaderos de la Cornisa Cantábrica (Asturias, Cantabria y Galicia) y les facilita formación y asesoramiento para la mejora de sus instalaciones.
- ▶ Dentro del The Nescafe Plan, comunicar las distintas acciones a los empleados y los key opinion leaders a través de soportes de marca.
- ▶ Conseguir que el 100% del cacao empleado para elaborar el chocolate Nestlé Extrafino provenga del The Cocoa Plan, con certificado UTZ, a finales de 2013.
- ▶ Auditar a 55 proveedores dentro del programa Responsible Sourcing Audit Iberian Region.
- ▶ Dar continuidad a la labor de mejora de las condiciones laborales en la cadena de suministro y de erradicación del trabajo infantil en colaboración con la Fair Labor Association (FLA).

Inculcar una cultura de alto rendimiento y bienestar entre el personal

El objetivo de Nestlé en cuanto a sus recursos humanos es atraer y retener el talento, potenciando los valores de la compañía. En este sentido, el Programa de Alto Rendimiento y Bienestar juega un papel fundamental, ya que permite aumentar la satisfacción de los empleados en su puesto de trabajo al tiempo que incrementa su rendimiento.

La seguridad y la salud de los trabajadores constituyen también aspectos básicos en el entorno laboral de Nestlé, donde se persigue que cada trabajador interiorice la cultura de prevención de riesgos laborales y la incorpore a sus hábitos de conducta.

El objetivo de Nestlé en cuanto a sus recursos humanos es atraer y retener el talento



Objetivos para 2013

- ▶ Mejorar los indicadores del 70% de los planes de acción de los managers con sus empleados establecidos a partir de la encuesta de clima laboral.
- ▶ Reducir un 30% el número de accidentes.
- ▶ Evitar que se produzca ningún accidente grave.
- ▶ Extender el programa Nestlé Continuous Excellence a todas las áreas de Nestlé para conseguir una mayor eficiencia.
- ▶ Seguir realizando las auditorías CARE en los centros de producción.
- ▶ Dar continuidad al programa de voluntariado «Tu plato es salud», extendiéndolo a la provincia de Girona.



Enlaces de interés

En español

www.empresa.nestle.es

www.agustoconlvida.es

www.nestle.es/nutricion

www.nestle-tv.es

<http://corporate.nescafe.es/>

www.nespresso.com/ecolaboration/es/es/index.html

www.nestlehealthscience.es

 [@Nestle_es](https://twitter.com/Nestle_es)

 www.facebook.com/agustoconlvida

 www.flickr.com/photos/nestle_es

En inglés

www.nestle.com/csv

www.nestlecocoaplan.com

www.research.nestle.com

www.nestleinstitutehealthsciences.com

www.youtube.com/user/NestleCSV

© Nestlé España, S.A., junio de 2013

Nestlé España, S.A.
Edificio Nestlé
08950 Esplugues de Llobregat (Barcelona)
España

Coordinación global y supervisión

Nestlé España, S.A., Dirección de Relaciones y Comunicación Corporativas

Edición, diseño, maquetación y producción

www.cege.es

Depósito legal

B. 26712-2011





A gusto con la vida