

**Nestlé en la sociedad**  
Creación de Valor Compartido  
y cumplimiento de nuestros  
compromisos 2016

  
Nestlé  
**150** Years  
of Good Food, Good Life



# Resumen de rendimiento

Los indicadores de rendimiento de Nestlé crean un marco para realizar evaluaciones e informes sobre Creación de Valor Compartido, sostenibilidad y cumplimiento. El siguiente resumen de rendimiento forma parte de nuestra comunicación sobre los avances realizados en el cumplimiento de los Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas. Salvo que se exprese lo contrario, los indicadores de rendimiento se refieren al año finalizado el 31 de diciembre de 2016.

Con fines de transparencia en la comunicación con nuestros grupos de interés, en el resumen señalamos la correlación entre nuestros

indicadores de rendimiento, nuestros compromisos y los indicadores de la Global Reporting Initiative (GRI). Las referencias en la columna GRI corresponden al indicador aplicable según las directrices G4 de la GRI. Nuestra información sigue las directrices y los indicadores G4 de la GRI, en consonancia con nuestros temas sustanciales. Estos temas se identifican en nuestro proceso de diálogo con los grupos de interés y dan forma a nuestros compromisos públicos.

Entre en [www.nestle.com/csv/performance/kpi-summary](http://www.nestle.com/csv/performance/kpi-summary)

## Indicadores clave de rendimiento de Nestlé en la sociedad y en la Creación de Valor Compartido

	GRI	2015	2016	Página
<b>Económicos</b>				
Total ventas del Grupo (millones de CHF) <sup>(a)</sup>	G4-EC1	88.785	89.469	n.a.
Beneficio neto (millones de CHF) <sup>(b)</sup>	G4-EC1	9.066	8.531	n.a.
<b>Nutrición</b>				
Productos que satisfacen o superan los criterios de perfil Nestlé Nutritional Foundation (% del total de ventas) <sup>(c)</sup>	G4-EC1	81,6	83,7	13
Productos renovados por cuestiones de nutrición o salud <sup>(d)</sup>	G4-FP7	8.041	8.856	13
Productos con aumento de ingredientes nutritivos o nutrientes esenciales <sup>(d)</sup>	G4-FP7	4.643	4.095	13, 14
Productos con reducción de sodio, azúcares, grasas trans, grasas totales, calorías o colorantes artificiales <sup>(d)</sup>	G4-FP6	5.471	5.777	13, 16
Productos analizados y mejorados o confirmados mediante el programa 60/40+ (ventas, millones de CHF) <sup>(e)</sup>	G4-PR1	33.657	34.426	13
Productos que contienen Beneficios Activos Patentados (ventas, millones de CHF)	G4-FP7	6.193	6.174	13, 14
Productos con etiquetado <i>Nestlé Nutritional Compass</i> (% de ventas en todo el mundo) <sup>(f)</sup>	G4-PR3	92,8	96,4	19
Productos con etiquetado de Cantidad Diaria Orientativa (CDO) en el frontal del envase (% de las ventas) <sup>(g)</sup>	G4-PR3	89,2	92,3	19
Productos con orientación específica sobre raciones ( <i>Portion Guidance</i> ) (ventas, millones de CHF)	G4-PR3	35.562	45.333	20
N.º de referencias (SKU) de Productos a Precios Populares	G4-EC1	4.845	4.845	13
Productos a Precios Populares (ventas, millones de CHF)	G4-EC1	11.599	12.341	13
Publicidad de Nestlé en televisión dirigida a niños menores de 12 años que cumple con las políticas de marketing responsable (%)	G4-PR7	97	98,7	17
Infracciones a la «Política e instrucciones de Nestlé sobre implantación del Código Internacional de la OMS de Comercialización de los Sucedáneos de la Leche Materna» <sup>(h)</sup>	G4-PR7	36	19	16
Empleados dedicados a la comercialización de preparados para lactantes en países de alto riesgo que han recibido formación en el Código de la OMS (% de la plantilla) <sup>(i)</sup>	G4-PR6	100	100	16
<b>Desarrollo rural</b>				
Agricultores formados mediante programas de desarrollo de capacidades		400.000	363.000	24
Mercados cubiertos por programas SAIN ( <i>Iniciativa de Nestlé para una Agricultura Sostenible</i> )		52	53	24, 31
Mercados de abastecimiento directo cubiertos por programas SAIN (%)		97	97	24, 31
Porcentaje de volumen adquirido que cumple totalmente con el «Código de Proveedores de Nestlé» <sup>(n)</sup>	G4-FP1	82	61	25
<b>Agua <sup>(i)</sup></b>				
Volumen total de agua empleada (millones de m <sup>3</sup> )	G4-EN8	141	138	28
Volumen total de agua empleada (m <sup>3</sup> por tonelada de producto)	G4-EN8	2,57	2,48	28
<b>Sostenibilidad medioambiental</b>				
<b>Volumen de producción</b>				
Total de volumen de producción (millones de toneladas)		54,6	55,8	n.a.
<b>Materiales</b>				
Materias primas utilizadas (millones de toneladas)	G4-EN1	24,7	24,9	n.a.
Material para embalaje (millones de toneladas)	G4-EN1	5,3	5	35
Optimización del suministro de embalaje (kilotoneladas ahorradas)		58,2	22,5	35
<b>Energía</b>				
Consumo total de energía de las plantas de producción (petajulios)		93,8	92,9	33
Consumo total de energía de las plantas de producción (gigajulios por tonelada de producto)		1,72	1,67	33
Consumo total de energía de las plantas de producción procedente de fuentes renovables (% del total)	G4-EN3	15,4	16,9	33, 34
Consumo total directo de energía (petajulios)	G4-EN3	63,8	63,2	33

## Indicadores clave de rendimiento de Nestlé en la sociedad y en la Creación de Valor Compartido

	GRI	2015	2016	Página
Consumo total directo de energía procedente de fuentes renovables (% del total)	G4-EN3	11,8	12,1	33
Consumo total indirecto de energía (petajulios)	G4-EN4	80,9	78,4	33
<b>Biodiversidad</b>				
Superficie total de plantas de producción situadas en áreas protegidas (hectáreas)	G4-EN11	18,8	18,8	36
<b>Emisiones, aguas residuales y residuos</b>				
Emisiones directas de GEI (millones de toneladas de CO <sub>2</sub> eq)	G4-EN15	3,7	3,6	33
Emisiones directas de GEI (kg CO <sub>2</sub> eq por tonelada de producto)	G4-EN15	68	65	33
Emisiones indirectas de GEI (millones de toneladas de CO <sub>2</sub> eq)	G4-EN16	3,7	3,5	33
Emisiones indirectas de GEI (kg CO <sub>2</sub> eq por tonelada de producto)	G4-EN16	69	62	33
Volumen total de agua vertida (millones de m <sup>3</sup> )	G4-EN22	80,5	78,1	30
Volumen total de agua vertida (m <sup>3</sup> por tonelada de producto)	G4-EN22	1,49	1,4	30
Calidad media del agua vertida (DQO en mg/l)	G4-EN22	70	72	30
Subproductos (kg por tonelada de producto)	G4-EN23	29,3	29,7	34
Residuos desechables (kg por tonelada de producto)	G4-EN23	3	1,9	34
<b>Gestión de la sostenibilidad medioambiental</b>				
Plantas de producción con certificación ISO 14001 (% del total de plantas de producción)		92	94	n.a.
<b>Derechos humanos y cumplimiento</b>				
Número total de retiradas de producto o incidencias de incumplimiento significativas	G4-PR2	6	10	n.a.
Número de evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos	G4-HR9	2	1	38
Número de empleados formados en derechos humanos		11.242	10.967	38
<b>Nuestros empleados</b>				
Total plantilla (n.º de empleados) <sup>(a)</sup>		335.213	328.221	n.a.
Tasa total de nuevas contrataciones de empleados (%) <sup>(k)</sup>	G4-LA1	11,1	11,1	n.a.
Tasa total de rotación de empleados (%) <sup>(k)</sup>	G4-LA1	12,5	12,4	n.a.
Carencias CARE identificadas en relación con Integridad Empresarial y RR. HH. <sup>(l)</sup>		12	7	39
De las cuales: Leves		12	7	39
Graves		0	0	39
Críticas		0	0	39
Tasa de accidentes laborales y enfermedades con baja (por millón de horas trabajadas) (empleados + contratistas in situ + personal externo in situ) <sup>(i)</sup>	G4-LA6	2,05	1,93	40
Tasa total de accidentes y enfermedades laborales documentables (por millón de horas trabajadas) (empleados + contratistas in situ + personal externo in situ) <sup>(i)</sup>	G4-LA6	3,42	3,13	40
Número total de muertes (empleados + contratistas in situ + personal externo in situ) <sup>(i)</sup>	G4-LA6	10	4	40
Media de horas de formación por año, empleado y categoría <sup>(m)</sup>	G4-LA9	31,6	38,8	43
Puestos directivos ocupados por mujeres (%) <sup>(k)</sup>	G4-LA12	34	35,4	40
Miembros de Comités de Gestión Locales nativos del país en países en desarrollo (%) <sup>(k)</sup>	G4-EC6	63,3	73,3	n.a.

(a) No incluye empresas conjuntas.

(b) Incluye la cuota de Nestlé en el beneficio neto de las empresas conjuntas.

(c) Total de Nestlé (alimentos y bebidas, excepto CPW, NHSc, farmacia, Nespresso y negocios no incluidos en los informes GLOBE). Porcentaje de productos que cumplen los criterios NNPS sobre el total de productos evaluados.

(d) Basado en informes de aproximadamente el 78% de las fábricas. Los productos pueden tener «menos de» un ingrediente y «más de» otro al mismo tiempo.

(e) En el programa 60/40+, los consumidores prueban productos y deben preferir los de Nestlé a los de la competencia. Los resultados de la evaluación tienen validez por un periodo máximo de tres años, solo si todos los parámetros permanecen inalterados.

(f) Excluye productos para mascotas, Gerber Life, Nestlé Health Care Nutrition, Wyeth Nutrition, otros negocios de Nestlé Health Science y productos de Nestlé Waters que no son de la marca Nestlé.

(g) Incluye todos los alimentos y bebidas y Nestlé Waters, excepto agua mineral natural. Excluye empresas conjuntas, Nestlé Nutrition, Wyeth, Nestlé Health Science y exenciones en determinadas categorías/países.

(h) Casos atribuidos a Nestlé en auditorías internas realizadas por los auditores corporativos y auditorías externas a cargo de Bureau Veritas. El número definitivo de infracciones podría cambiar, ya que todavía se están evaluando las conclusiones de algunas comprobaciones. Nuestros informes anuales sobre cumplimiento están disponibles en

nuestra página web corporativa.

(i) Aplicamos los criterios sobre comercialización de sucedáneos de la leche materna del FTSE4Good, que clasifican los países como «de alto riesgo» cuando presentan tasas de mortalidad en niños menores de 5 años de más del 10 por mil o más de un 2% de malnutrición aguda en niños menores de 5 años. Todos los demás países son «de bajo riesgo».

(j) Incluye empresas conjuntas.

(k) Cubre los empleados de Nestlé registrados en el sistema de RR. HH. (aproximadamente el 84% de todos los empleados).

(l) CARE, nuestro programa de auditoría externa global, lo realizan tres empresas y con él se comprueba que todos los empleados y centros que poseemos o gestionamos cumplan con la legislación local, nuestros «Principios Corporativos

Empresariales» y nuestro «Código de Conducta Empresarial». Las auditorías se realizan cada tres años.

(m) Las horas de formación están basadas exclusivamente en la información registrada en el sistema de gestión de formación (Learning Management System, LMS). Las cifras serían más altas si se tuvieran en cuenta las horas de formación registradas manualmente (como ocurrió en 2015, cuando se estrenó el LMS). Las horas de formación por empleado engloban el 100% de los empleados incorporados al sistema. (n) El ámbito de las auditorías del primer nivel realizadas en 2015 se limitaba a los materiales directos. En 2016, el ámbito se amplió para incluir los servicios y los materiales indirectos, con un objetivo del 50%.

# Índice

- 
- |           |   |           |   |
|-----------|---|-----------|---|
| <b>2</b>  | <b>Mensaje de nuestro Presidente y de nuestro Consejero Delegado</b>  | <b>27</b> | <b>Agua</b><br>Conozca nuestro compromiso con la gestión responsable de este valioso recurso.   |
| <b>4</b>  | <b>Nuestro impacto positivo en la sociedad</b>  | <b>32</b> | <b>Sostenibilidad medioambiental</b><br>Entienda nuestros planes para conseguir que nuestros productos sean mejores para el medio ambiente.   |
| <b>6</b>  | <b>Construir la Creación de Valor Compartido</b>  | <b>37</b> | <b>Nuestros empleados, derechos humanos y cumplimiento</b><br>Infórmese sobre nuestras iniciativas para fomentar comunidades prósperas y sobre nuestras evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos. |
| <b>7</b>  | <b>¿Por qué es importante para los inversores la Creación de Valor Compartido?</b>  | <b>44</b> | <b>Nuestros temas sustanciales</b>  |
| <b>8</b>  | <b>Nuestra contribución a la agenda global</b>  | <b>46</b> | <b>Participación de los grupos de interés</b>   |
| <b>10</b> | <b>Presentación de nuestros compromisos</b>   |           |   |
| <b>12</b> | <b>Nutrición, salud y bienestar</b><br>Descubra cómo el énfasis de Nestlé en la nutrición ayuda a mejorar la vida de las personas y las familias. |           |   |
| <b>23</b> | <b>Desarrollo rural</b><br>Descubra cómo trabajamos con los agricultores y las comunidades agrícolas.   |           |   |
- 

## **Portada**

Gracias a la gama de bebidas y productos enriquecidos de Nestlé, como *Nido Fortigrow*, podemos llegar a los niños y familias con mayores carencias para ofrecer un efecto positivo potencial para su salud.

# Nuestros compromisos

Los 42 compromisos recogidos en el informe «Nestlé en la sociedad» dirigen nuestro esfuerzo colectivo hacia el cumplimiento de objetivos específicos.

A la derecha se muestra una selección de nuestros principales logros, que ilustran los avances realizados en nuestras áreas prioritarias de Creación de Valor Compartido.

	<b>Nutrición, salud y bienestar</b> <b>8.856</b> 8.856 productos renovados por cuestiones nutricionales y de salud	<b>207.000</b> 207.000 millones de raciones de alimentos y bebidas enriquecidos con micronutrientes
	<b>Desarrollo rural</b> <b>129 millones</b> 129 millones de plántulas de café distribuidas a agricultores (acumulado desde 2010), dentro del objetivo de 220 millones para 2020	<b>363.000</b> 363.000 agricultores formados mediante programas de desarrollo de capacidades
	<b>Agua</b> <b>25%</b> Reducción del 25% en nuestro consumo de agua por tonelada de producto desde 2010	<b>3,7 millones de m<sup>3</sup></b> 3,7 millones de m <sup>3</sup> de agua ahorrados mediante 516 proyectos de ahorro de agua
	<b>Sostenibilidad medioambiental</b> <b>39%</b> Un 39% menos de emisiones por tonelada de producto (acumulado desde 2006)	<b>182</b> «Cero residuos» a vertedero en 182 fábricas (39% del total)
	<b>Nuestros empleados, derechos humanos y cumplimiento</b> <b>15.666</b> 15.666 mujeres formadas en competencias empresariales	<b>9.573</b> 9.573 empleados formados en derechos humanos en países sensibles según el índice FTSE4Good

# Mensaje de nuestro Presidente y de nuestro Consejero Delegado

Dos hitos importantes marcaron el año 2016.

El primero de ellos fue la celebración del 150 aniversario de Nestlé. Nuestro viaje como empresa empezó cuando Henri Nestlé inventó la harina lacteada. Desde entonces, hemos cumplido nuestro propósito de mejorar la calidad de vida y contribuir a un futuro más saludable.

Cada día, Nestlé entra a formar parte de las vidas de miles de millones de personas de todo el mundo: desde nuestros empleados hasta los agricultores que cultivan nuestros ingredientes y las familias que disfrutan de nuestros productos, pasando por las comunidades en las que vivimos y trabajamos, y el entorno natural del que todos dependemos. Guiados por nuestros valores, que se basan en el respeto, trabajamos junto a nuestros socios para crear valor compartido, contribuyendo a la sociedad mientras garantizamos el éxito a largo plazo de nuestro negocio.

Nos complace poder compartir nuestro informe «Nestlé en la sociedad 2016: Creación de Valor Compartido», que demuestra nuestros avances y refleja el modo en que nuestro propósito como empresa, nuestras aspiraciones y nuestros 42 compromisos públicos específicos contribuyen a la sociedad.

Nuestras prioridades en materia de Creación de Valor Compartido son las áreas donde confluyen de forma más clara el negocio de Nestlé y la sociedad, y donde podemos crear más valor y marcar la mayor diferencia. Son, entre otras, las siguientes: la nutrición, un área en la que hemos afinado nuestros compromisos para posibilitar una vida más feliz y saludable para las personas y las familias, con especial énfasis en lactantes y niños; el desarrollo rural, para contribuir a la construcción de comunidades prósperas y autosuficientes, y mejorar los medios de subsistencia de las personas con las que vivimos y trabajamos; y el agua, un problema de primera magnitud para el planeta y una pieza clave de la seguridad alimentaria. Hemos reforzado nuestros compromisos en las áreas de agua y sostenibilidad medioambiental para remarcar nuestra decisión de administrar los recursos naturales pensando en las generaciones futuras.

Lo que subyace a todo este trabajo es un planteamiento sólido en relación con el cumplimiento normativo, los derechos humanos y nuestros

empleados. Respetamos y promovemos los derechos humanos, el empleo justo y la diversidad. Una de las grandes preocupaciones a escala mundial es el alto nivel de desempleo juvenil. Para dar respuesta a este problema, seguimos ampliando nuestra *Iniciativa Mundial sobre Juventud*, al tiempo que animamos a participar a otras empresas y socios.

El segundo hito para Nestlé en 2016 fue el primer aniversario de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU, con la definición de un marco claro de indicadores y el firme reconocimiento del papel desempeñado por el sector privado y su contribución al espíritu de la Creación de Valor Compartido.

Estos objetivos definen una visión para poner fin a la pobreza, el hambre y la desigualdad, y preservar los recursos naturales terrestres antes de que termine 2030. Los 17 objetivos están estrechamente vinculados entre sí y van a integrarse en nuestro enfoque de Creación de Valor Compartido, haciendo hincapié en aquellos en los que podemos conseguir el impacto positivo más significativo.

Para cumplir los plazos de los ODS, hemos introducido un conjunto de aspiraciones generales para 2030 que dirigirán nuestras acciones y guiarán nuestros compromisos para 2020 (véase la página 10).

Nestlé apoya sin reservas la consecución de los ODS, no solo aplicando el enfoque de Creación de Valor Compartido al desarrollar su actividad, sino también mediante asociaciones, colaboraciones e interacciones con los grupos de interés. En el seno del Foro de Bienes de Consumo, por ejemplo, ayudamos a definir la agenda colectiva global mediante resoluciones y compromisos sobre salud y bienestar, sostenibilidad social, cambio climático y sostenibilidad medioambiental.

Al igual que en años anteriores, en 2016 reiteramos nuestro apoyo al Pacto Mundial de la ONU como miembro fundador del programa LEAD, una importante plataforma de liderazgo en sostenibilidad empresarial y de participación colectiva en los ODS.

Detrás de todos esos esfuerzos están los valores de nuestra empresa, que están arraigados en el respeto: por nosotros mismos, por los demás,

por la diversidad del mundo en que vivimos y por el futuro. Nuestros «Principios Corporativos Empresariales» y nuestro «Código de Conducta Empresarial» definen claramente nuestras responsabilidades.

Mediante informes como el presente, esperamos poder transmitir la mentalidad de transparencia, mejora y participación que rige todas nuestras acciones. El Consejo de Creación de Valor Compartido y muchos otros grupos de interés orientan nuestro trabajo con sus ideas y sus críticas constructivas.

Animamos a los inversores a que estudien los resultados de la empresa, tanto financieros como sociales, y evalúen cómo la Dirección los integra en el gobierno corporativo, la estrategia y las operaciones. En ese sentido, nuestro informe contiene una sección dedicada a la comunidad inversora.

Un aspecto de especial importancia es que este informe demuestra que creemos plenamente en la Creación de Valor Compartido como el modo de generar un impacto positivo a largo plazo para los accionistas y la sociedad a través de todo lo que hacemos como empresa. La Creación de Valor Compartido es excepcional en cuanto a que constituye una estrategia de negocio que nos permite centrarnos en actividades en las que podemos optimizar la creación de valor para nuestros accionistas y la sociedad.

Nos complacerá recibir sus comentarios sobre nuestros compromisos y sobre este informe.

**Peter Brabeck-Letmathe**  
Presidente

**Paul Bulcke**  
Consejero Delegado



Durante el foro de Creación de Valor Compartido en Costa de Marfil, el Presidente de Nestlé Peter Brabeck-Letmathe visitó la granja experimental de Zambakro, una extensión de nuestro centro de I+D en Abiyán, con Wan Ling Martello, Directora General para Asia, Oceanía y África Subsahariana.



El Consejero Delegado de Nestlé Paul Bulcke participó, junto a representantes de las administraciones locales, figuras destacadas del sector empresarial y cultivadores de café, en la inauguración del Nescafé Coffee Center en Pu'er (Yunnan, China).

# Nuestro impacto positivo en la sociedad

La Creación de Valor Compartido (CVC) es nuestro modo de generar un impacto positivo a largo plazo para los accionistas y la sociedad a través de todo lo que hacemos como empresa.

La Creación de Valor Compartido es excepcional en cuanto a que constituye una estrategia de negocio que nos permite centrarnos en actividades en las que podemos optimizar la creación de valor para nuestros accionistas y la sociedad.

La introducción del enfoque de Creación de Valor Compartido, hace 10 años, nos ayudó a identificar, articular y gestionar estrategias capaces de vincular los beneficios empresariales con el impacto social. Desde entonces, hemos hecho grandes avances. En 2012 lanzamos una serie de compromisos públicos que utilizamos para impulsar la mejora continua.

Nuestro impacto positivo en la sociedad se hace evidente en nuestras áreas prioritarias. A continuación exponemos lo más destacado de los últimos 10 años de información pública. No obstante, los principios que subyacen a la Creación de Valor Compartido y que guían las actividades de Nestlé nos han acompañado a lo largo de nuestros 150 años de existencia.



Ahorramos agua en nuestras actividades



Luchamos contra las deficiencias de micronutrientes con 207.000 millones de raciones de alimentos enriquecidos



Hemos formado y apoyado a más de 4 millones de agricultores



Lideramos esfuerzos para fomentar la sostenibilidad y cooperamos para el futuro



Más de 50 millones de niños comen mejor y hacen más ejercicio gracias a los programas de Nestlé para la infancia



Preparamos para el mundo laboral a cientos de miles de jóvenes mediante nuestras iniciativas para la juventud



Hemos dado acceso a 513.000 personas a agua potable e infraestructuras de saneamiento



Hemos ayudado a 2 millones de mujeres a desarrollar sus capacidades

# Construir la Creación de Valor Compartido

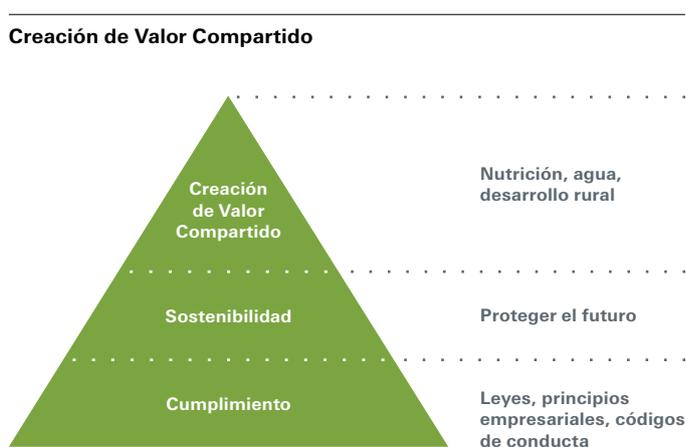
Con vistas al futuro, la Creación de Valor Compartido sigue siendo un principio rector fundamental de las actividades de Nestlé. Es la herramienta estratégica que empleamos para articular y gestionar las medidas que tomamos, a fin de garantizar la creación de valor para nuestros accionistas y la sociedad. Es la forma en la que Nestlé pone en práctica su propósito: mejorar la calidad de vida y contribuir a un futuro más saludable.

Nuestras áreas prioritarias están firmemente integradas en este propósito. Las personas y las familias, nuestras comunidades y el planeta en su conjunto están interconectados, y nuestros esfuerzos en cada una de esas áreas están respaldados por 42 compromisos específicos, la mayoría de los cuales se ha reformulado y describe objetivos para 2020. A su vez, esos compromisos posibilitarán que logremos nuestras aspiraciones para 2030 en un plazo acorde con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Nuestro propósito y calendario nos permiten dar un paso más en la Creación de Valor Compartido sin desviarnos de nuestra convicción fundamental de que nuestro negocio alcanzará el éxito a largo plazo si creamos valor tanto para nuestros accionistas como para el conjunto de la sociedad. Nuestro impacto positivo en la sociedad se centra en propiciar una vida más saludable y feliz para las personas y las familias, en contribuir al desarrollo de comunidades prósperas y autosuficientes, y en administrar los recursos naturales del planeta pensando en las generaciones futuras, prestando especial atención al agua.

Ahora que iniciamos un nuevo periodo en la historia de la empresa, seguiremos evolucionando y consolidando la Creación de Valor Compartido como planteamiento y forma de hacer negocios, garantizando que esa mentalidad continúe determinando nuestros comportamientos, políticas y acciones.

También seguiremos dando prioridad a áreas clave en las que pueda optimizarse la creación de valor para los accionistas y la sociedad, e informando de un modo transparente sobre nuestros avances, visibles también en las posiciones que ocupamos en índices destacados.



# ¿Por qué es importante para los inversores la Creación de Valor Compartido?

Los «Estatutos Sociales de Nestlé» establecen que, al desarrollar su objeto social, Nestlé tratará de crear valor sostenible y a largo plazo. Y esa afirmación es totalmente coherente con nuestra convicción fundamental: la Creación de Valor Compartido debe regir nuestra forma de trabajar y lo que es positivo para nuestros accionistas, también debería ser positivo para la sociedad.

Los inversores cada vez son más conscientes de que el valor de las empresas reside en factores intangibles y que ya no basta con atender al balance de situación. Iniciativas internacionales como los Principios de Inversión Responsable y las Bolsas de Valores Sostenibles, que reciben el respaldo de Nestlé, están desempeñando un papel cada vez más importante en la promoción de la inversión responsable y la integración del desarrollo sostenible en la sociedad.

Especialmente para inversores a largo plazo, la Creación de Valor Compartido es significativa en cuanto a que contribuye a la buena salud de la empresa a largo plazo. Al poner el énfasis tanto en los accionistas como en la sociedad, la Creación de Valor Compartido como enfoque empresarial nos ayuda a definir los productos y servicios que mejor se ajustan a lo que la sociedad espera.

Por ejemplo, recientemente hemos analizado los resultados de las actividades que presentan un indicador de Nutrición, Salud y Bienestar superior a la media atendiendo a nuestros criterios 60/40+ y Nutritional Foundation. La conclusión fue que esas actividades obtenían mejores resultados que aquellas en las que el indicador de Nutrición, Salud y Bienestar era inferior a la media.

Nuestro análisis exploratorio de materialidad (página 44) nos ayuda a anticipar las tendencias de consumo, lo que incluye posibles obstáculos legales y garantiza que podremos seguir satisfaciendo las expectativas de los consumidores en materia de conducta sostenible. La matriz más reciente muestra que cuestiones tales como la sobrealimentación y la desnutrición, el agua y el marketing responsable son esenciales en la ejecución de nuestra estrategia empresarial, y que el cambio climático y los derechos humanos son elementos clave del éxito de nuestro negocio.

Nuestro informe sobre Creación de Valor Compartido da a conocer a los inversores nuestro desempeño en temas diversos al señalar nuestros compromisos, objetivos y avances anuales, al tiempo que explica el contexto general de nuestras operaciones. Nuestro informe en línea, más detallado, ofrece una descripción completa y recurre a las directrices G4 de la Global Reporting Initiative y otros importantes

marcos, como el Marco de Información de los Principios Rectores de la ONU, para aportar datos que también pueden compararse con los de otras empresas del sector.

Además, los datos que contienen nuestros informes son utilizados por índices destacados a fin de evaluar nuestros resultados y nuestros avances (página 8).

Con el lanzamiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, empresas e inversores tienen la oportunidad de realizar una enorme contribución colectiva a la creación de una sociedad sostenible. Agradeceremos los comentarios sobre nuestro informe y esperamos poder seguir dialogando con los inversores sobre los temas abordados.

 **Ventajas para los inversores**

**Encontrará información sobre las ventajas para los inversores por área prioritaria en las páginas 22, 26, 31, 36 y 43.**

# Nuestra contribución a la agenda global

Estamos poniendo nuestra agenda de Creación de Valor Compartido en consonancia con la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible de la ONU. El sector privado, al que se le ha brindado la oportunidad de intervenir en el diseño de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), también ha asumido su cuota de responsabilidad en la consecución de esos objetivos.

Hemos integrado los ODS en nuestro enfoque de Creación de Valor Compartido, lo que nos permite identificar los aspectos en los que podemos aportar más valor. Para facilitar la tarea, hemos establecido correspondencias entre nuestros temas sustanciales y los ODS. Lo publicamos en nuestro informe de Creación de Valor Compartido en Internet.

Movidos por nuestro propósito como empresa —mejorar la calidad de vida y contribuir a un futuro más saludable—, hemos definido tres aspiraciones generales que guiarán nuestro trabajo hacia el cumplimiento de nuestros compromisos para 2020 y en apoyo de los ODS. Esas aspiraciones, junto con algunos ejemplos concretos sobre cómo podemos alcanzarlas, son:

- conseguir una vida más sana y más feliz; para ello, vamos a ayudar a que 50 millones de niños vivan de un modo más saludable;
- contribuir a desarrollar comunidades prósperas y autosuficientes; para ello, vamos a mejorar los medios de subsistencia de 30 millones de personas en comunidades directamente vinculadas con nuestras actividades; y
- usar responsablemente los recursos pensando en las generaciones futuras; para ello, trataremos de conseguir «cero impacto medioambiental» en nuestras operaciones.

Esas aspiraciones nacen del reconocimiento de que vivimos en un mundo interconectado y que el futuro de todos está indisolublemente unido.

Aprovecharemos nuestro tamaño para cumplir estas ambiciones. Sin embargo, lograr los ODS solo será posible si se establecen colaboraciones más efectivas y dinámicas a escala local, nacional e internacional. Hacemos lo posible por nuestra parte y animamos a otros a que se sumen a este esfuerzo colectivo. Esperamos poder trabajar con la sociedad civil, los gobiernos y otros agentes para convertir este objetivo en una realidad.

## Nuestros resultados en algunos índices destacados en 2016



**1.º**  
Fuimos el 1<sup>er</sup> productor de sucedáneos de leche materna incluido en el índice FTSE4Good y llevamos cinco años manteniendo esa posición.



**2.º**  
Fuimos el 2.º fabricante de alimentos y bebidas mundial (de 22) en el Índice de Acceso a la Nutrición 2016 (Access to Nutrition Index™, ATNI).



**1.º**  
Con una nota general de 92 sobre 100, recibimos las mejores puntuaciones del sector en los tres apartados (económico, medioambiental y social) del Índice de Sostenibilidad Dow Jones (DJSI) de 2016. El DJSI es un indicador independiente reconocido en todo el mundo que evalúa el desempeño de las 2.500 mayores empresas.

**5.º**  
Obtuvimos el 5.º puesto en la lista 2016 Change the World de la revista *Fortune*, una clasificación anual de las 50 empresas que están «haciéndolo bien haciendo el bien».



**A-**  
En octubre de 2016, recibimos una puntuación de A- en liderazgo (Leadership) en el Programa Agua de CDP.

**100A**  
En noviembre de 2016, obtuvimos una puntuación de 100A en el índice Climate Disclosure Leadership de la agencia de calificaciones de sostenibilidad medioambiental CDP.



**2.º**  
Obtuvimos el 2.º puesto en la clasificación «Tras la marca» de Oxfam en abril de 2016.

## Nuestro propósito empresarial

Mejorar la calidad de vida y contribuir a un futuro más saludable



## Nuestras aspiraciones

Para personas  
y familias

consiguiendo vidas más  
saludables y felices

Para nuestras  
comunidades

ayudando a desarrollar comunidades  
más prósperas y autosuficientes

Para  
el planeta

preservando los recursos para  
las generaciones futuras



## Nuestras áreas prioritarias de CVC

Nutrición, salud  
y bienestar

Desarrollo rural

Nuestros empleados,  
derechos humanos y  
cumplimiento

Agua

Sostenibilidad  
medioambiental



## Mediante nuestras aspiraciones, estamos apoyando los Objetivos de Desarrollo Sostenible



# Presentación de nuestros compromisos

Publicamos estos compromisos para poder responder públicamente de nuestro desempeño e informamos anualmente sobre nuestros avances. En 2016, llevamos a cabo una amplia revisión interna e introdujimos una serie de compromisos más ambiciosos que los anteriores y acordes con nuestras aspiraciones. Nuestros 42 compromisos están directamente relacionados con nuestra actividad empresarial y para la mayoría de ellos se han fijado objetivos para cumplir en 2020.



Página 12



Página 23

## Nutrición, salud y bienestar

Lanzar alimentos y bebidas más nutritivos, especialmente para mujeres embarazadas, madres y niños

Seguir reduciendo los azúcares, el sodio y las grasas saturadas

Aumentar el contenido de verduras, cereales ricos en fibra, legumbres, frutos secos y semillas en nuestros alimentos y bebidas

Abordar la desnutrición mediante el enriquecimiento con micronutrientes

Simplificar nuestras listas de ingredientes y eliminar los colorantes artificiales

Fomentar la lactancia materna y protegerla, favoreciendo la implantación de una política de referencia en el sector sobre la comercialización responsable de los sucedáneos de la leche materna

Ayudar a padres, cuidadores y educadores a fomentar hábitos saludables en los niños

Publicitar entre los niños únicamente las opciones que les ayuden a adoptar una dieta nutritiva

Defender el agua como la mejor opción para conseguir una hidratación más sana

Aprovechar nuestras campañas comerciales para promover hábitos culinarios, de alimentación y de vida saludables

Incorporar y explicar información nutricional en los envases, en los puntos de venta y en Internet

Ofrecer orientación sobre raciones de nuestros productos

Establecer asociaciones que fomenten entornos de alimentación saludables

Generar y compartir conocimientos sobre nutrición que abarquen desde los primeros 1.000 días de vida hasta el envejecimiento saludable

Desarrollar conocimientos biomédicos que posibiliten productos beneficiosos para la salud, una nutrición personalizada y soluciones digitales

## Desarrollo rural

Implantar evaluaciones de referencia de desarrollo rural para conocer las necesidades de los agricultores

Mejorar la economía de las explotaciones agrarias que nos suministran

Mejorar la disponibilidad de alimentos y la diversidad de la dieta entre los agricultores que nos suministran

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

Extender el *Nestlé Cocoa Plan* entre los agricultores de cacao

Mejorar continuamente nuestra cadena de suministro de café de grano verde



## Agua

Trabajar para lograr un uso de agua eficiente y sostenible en nuestras actividades

Defender unas políticas y una gestión del agua eficaces

Tratar eficazmente el agua que deseamos

Colaborar con los proveedores, especialmente los agrícolas

Concienciar sobre la conservación del agua y mejorar el acceso a agua e infraestructuras de saneamiento en toda nuestra cadena de valor

## Sostenibilidad medioambiental

Liderar los esfuerzos en torno al cambio climático

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

Reducir las pérdidas y desperdicios de alimentos

Desarrollar envases más respetuosos con el medio ambiente

Evaluar y reducir el impacto medioambiental de nuestros productos

Facilitar el diálogo y la información medioambiental relevante y precisa

Conservar el patrimonio natural, incluidos los bosques

## Nuestros empleados, derechos humanos y cumplimiento

Evaluar y abordar cuestiones de derechos humanos en nuestras actividades empresariales

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

Promover una cultura de integridad en toda la organización

Garantizar que todos los empleados de Nestlé estén cubiertos por un sistema de gestión de salud y seguridad certificado

Mejorar la igualdad entre hombres y mujeres en nuestra plantilla y capacitar a las mujeres en toda la cadena de valor

Facilitar mecanismos de reclamación efectivos a empleados y grupos de interés

Extender la *Iniciativa Mundial sobre Juventud* en toda la empresa

Formar en «Principios Corporativos Empresariales», nutrición y sostenibilidad ambiental

Promover lugares de trabajo saludables y empleados más sanos

## Nutrición, salud y bienestar

Inspirados por nuestro fundador, Henri Nestlé, guiados por nuestros valores y con la nutrición en el centro de lo que hacemos, trabajamos en colaboración con nuestros socios para ofrecer a las personas y las familias productos, servicios y conocimientos que mejoren la calidad de vida y contribuyan a un futuro más saludable. Esto nos ayudará a alcanzar nuestra aspiración para 2030: ayudar a 50 millones de niños a adoptar dietas y estilos de vida más saludables.



«El Plato más Rico del Perú», de Nestlé Perú, ayuda a los padres y cuidadores a preparar comidas equilibradas con las porciones adecuadas para niños.

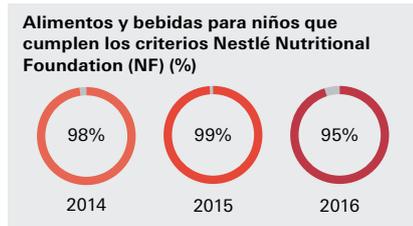


## Lanzar alimentos y bebidas más nutritivos, especialmente para futuras madres, madres y niños

Una buena nutrición es un factor relevante en las vidas de las personas, desde el momento mismo de la concepción, así que es importante que éstas tengan opciones sabrosas y saludables para ayudarles a obtener más cantidad de los nutrientes que a menudo faltan en sus dietas.

### Nuestros avances

Buscamos mejorar continuamente nuestros alimentos y bebidas para niños evaluándolos según los criterios del Nestlé Nutritional Profiling System (NNPS) para determinar su estatus de Nutritional Foundation (NF). Un alimento o bebida debe cumplir todos los criterios para alcanzar el estatus de NF, es decir, para considerarlo adecuado como parte de una dieta equilibrada.



Mediante innovaciones a medida, una cuidadosa monitorización y planes de acción, a finales de 2016 el 95% de nuestros alimentos y bebidas para niños cumplían todos los criterios del NNPS y alcanzaron el estatus de NF. Entre ellos figuraban los Productos a Precios Populares (PPP), que emplean raciones, envases y canales de distribución adecuados para que las personas de ingresos más bajos puedan consumir alimentos y bebidas nutritivos y de alta calidad.

### Nuestro objetivo en 2020

⊕ Para 2020: En países desarrollados y en desarrollo, diseñar y lanzar que satisfagan las necesidades nutricionales diarias y las carencias nutricionales clave de lactantes, niños hasta los 12 años, madres y futuras madres.

 Compromisos dirigidos a lactantes y niños

- Alcanzado
- Aún no alcanzado
- ⦿ En progreso
- ⊕ Nuevo objetivo

## Seguir reduciendo los azúcares, el sodio y las grasas saturadas

Reducir los azúcares, el sodio y las grasas saturadas en nuestros alimentos y bebidas, y eliminar todas las grasas trans procedentes de los aceites parcialmente hidrogenados son elementos esenciales de nuestro compromiso para ofrecer opciones más saludables y sabrosas. Rebajando los niveles de estos nutrientes en nuestros alimentos y bebidas mediante una renovación gradual con base científica, podemos mejorar los efectos sobre la salud y reducir las enfermedades no contagiosas.

### Nuestros objetivos en 2016

- Para 2016: Reducir en otro 10% la cantidad de azúcar de todos los productos que no se ajustan a los criterios Nutritional Foundation (NF) de Nestlé en lo que respecta al azúcar, para garantizar una mejora continua incluso en las áreas más complejas de nuestra cartera.
- Para 2016: Reducir en otro 10% la cantidad de sodio de todos los productos que no se ajustan a los criterios NF con respecto al sodio, asegurando una reducción paulatina de este ingrediente incluso en las áreas más complejas de nuestra cartera.
- Para 2016: Reducir en otro 10% las grasas saturadas en productos que no cumplen los criterios NF respecto a las grasas saturadas.
- Para 2016: Eliminar las grasas trans procedentes de los aceites parcialmente hidrogenados de todos nuestros alimentos y bebidas.

### Nuestros avances

A finales de 2016, habíamos reducido el azúcar añadido en 39.000 toneladas, equivalente a un 8%. Nuestro trabajo en esta área continuará mediante nuestro nuevo compromiso sobre reducción del azúcar.



También hemos seguido rebajando el contenido de sal de nuestros productos para ayudar a los consumidores a alcanzar una ingesta de sal de 2 gramos al día, el nivel recomendado por la Organización Mundial de

la Salud (OMS). A finales de 2016, habíamos reducido la cantidad de sodio en un 10,5% en nuestros alimentos y bebidas, equivalente a una reducción global de sal de 2.700 toneladas. Aunque esto significa que hemos superado nuestro objetivo de reducción del 10%, nuestro trabajo continuará mediante un nuevo compromiso sobre reducción de sodio.

A finales de 2016, habíamos reducido las grasas saturadas en un 6,5%, equivalente a una reducción global de sal de 6.200 toneladas. Rebajar las grasas saturadas en todos nuestros productos requiere desarrollar nuevas tecnologías, realizar estudios de estabilidad e invertir en equipos. Precisamos más tiempo para llevar a cabo estas actividades y seguir ofreciendo opciones más sabrosas y saludables a nuestros clientes, de ahí que hayamos ampliado el plazo para alcanzar este compromiso concreto.

Más del 99,8% de las grasas y aceites en nuestros alimentos y bebidas a partir del 1 de enero de 2017 no contendrán grasas trans procedentes de aceites parcialmente hidrogenados.

Nuestros nuevos objetivos nos ayudarán a reducir más el azúcar, el sodio y las grasas saturadas en nuestros alimentos y bebidas para 2020.

### Nuestros objetivos en 2020

- ⊕ Para 2020: Reducir los azúcares añadidos en nuestros productos en un 5% para ayudar a las personas a cumplir las recomendaciones internacionales.
- ⊕ Para 2020: Reducir el sodio que añadimos a nuestros productos en un 10% para ayudar a las personas a cumplir las recomendaciones internacionales.
- ⊕ Para 2020: Alcanzar el compromiso del 10% adoptado en 2014 de reducir las grasas saturadas en un 10% en todos los productos relevantes que no cumplan los criterios NF con respecto a las grasas saturadas.

## Incrementar el contenido de verduras, cereales ricos en fibra, legumbres, frutos secos y semillas en nuestros alimentos y bebidas

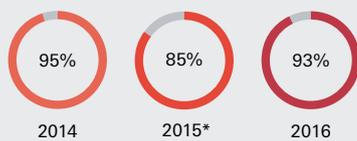
Las dietas equilibradas incluyen verduras, cereales, legumbres, frutos secos y semillas, ya que son muy buenas fuentes de fibra, vitaminas, minerales y otros nutrientes esenciales. Los estudios sobre la ingesta alimentaria en todo el mundo indican que estos alimentos ricos en nutrientes no están lo suficientemente presentes en la alimentación tanto de niños como de adultos. Tenemos el compromiso de alentar su consumo mediante nuestros productos y el fomento de una cocina saludable, facilitando orientación nutricional en los envases y, cuando sea relevante, en Internet.

### Nuestros avances

A través de Cereal Partners Worldwide (CPW), nuestra empresa conjunta con General Mills, hemos establecido requisitos de granos integrales en todas nuestras marcas de cereales para niños y adolescentes. Todos los cereales de desayuno de Nestlé que llevan la marca de Grano Integral contienen al menos 8 gramos de grano integral por ración y muestran un distintivo verde para identificarlos fácilmente en los estantes.

Tenemos el compromiso de ir más allá de este requisito asegurándonos de que hay más granos integrales que ningún otro ingrediente en nuestros cereales de desayuno para niños y adolescentes, y hemos estado aplicando un criterio más estricto a la hora de clasificar los granos integrales como el ingrediente principal desde 2015. Así, el 93% de nuestros cereales para niños y adolescentes han alcanzado nuestro objetivo en materia de granos integrales.

**Más grano integral que ningún otro ingrediente en todas las raciones de cereales de desayuno para niños o adolescentes (%)**



\* En 2015, adoptamos una metodología de seguimiento más estricta para los granos integrales.

Incrementar los niveles de granos integrales afecta a los cereales en muchos aspectos: cambian la textura, el sabor y la fecha de caducidad. Por ello, hemos puesto el máximo cuidado para garantizar que los ajustes no han afectado negativamente a las preferencias de los consumidores.

Profundizando en nuestro objetivo para 2015 de tener más grano integral que ningún otro ingrediente en todas las raciones de cereales de desayuno para niños o adolescentes, nuestros nuevos objetivos para 2020 impulsarán aún más la incorporación de verduras, granos, legumbres, salvado, frutos secos y semillas a nuestros alimentos y bebidas. También garantizará que nuestros cereales de desayuno sean una fuente cada vez más importante de fibra y nutrientes esenciales.

### Nuestros objetivos en 2020

- ⊕ Para 2020: Añadir a nuestros productos al menos 750 millones de raciones de verduras, 300 millones de raciones de granos, legumbres y salvado ricos en nutrientes, y más frutos secos y semillas.
- ⊕ Para 2020: Además de que el grano integral ya es el ingrediente principal en nuestros cereales de desayuno listos para tomar para niños y adolescentes, todos nuestros cereales serán fuente de fibra, con tanta fibra como sea posible procedente de granos integrales.

## Abordar la desnutrición mediante el enriquecimiento con micronutrientes 🧑

Se estima que en torno a 2.000 millones de personas —más del 30% de la población mundial— padecen carencias de vitaminas y minerales esenciales, especialmente de los «4 Grandes»: hierro, yodo, vitamina A y zinc. Las deficiencias de micronutrientes afectan de manera desproporcionada a los lactantes, los niños de corta edad y las mujeres, impidiéndoles alcanzar todo su potencial en la vida. Ello puede provocar discapacidad mental, mala salud, baja productividad y, en casos graves, el fallecimiento. Incluso las deficiencias entre leves y moderadas pueden afectar al bienestar y al desarrollo de una persona. Lo ideal es que estos nutrientes se obtengan mediante una dieta equilibrada y variada, pero esto no siempre es posible, sobre todo en los países en desarrollo. Podemos mejorar el estado nutricional de las personas en situación de riesgo añadiendo micronutrientes importantes a los alimentos y bebidas consumidos regularmente por las poblaciones vulnerables.

El bioenriquecimiento también puede hacer las cosechas más nutritivas seleccionando y cultivando variedades de plantas que son naturalmente ricas en micronutrientes. Ello puede contribuir a elevar la densidad de nutrientes en las dietas formadas principalmente por alimentos básicos y para aquellas personas que no tienen acceso a alimentos procesados enriquecidos.

### Nuestro objetivo en 2016

- Para 2016: Alcanzar 200.000 millones de raciones anuales de alimentos y bebidas enriquecidos en todo el mundo, contribuyendo así a abordar las carencias de micronutrientes en todo el mundo, sobre todo en niños y mujeres en edad fértil.

### Nuestros avances

**Número total de raciones de alimentos y bebidas enriquecidas con micronutrientes en todo el mundo (miles de millones)**

2016	207
2015	192
2014	183

Seguimos mejorando el perfil de micronutrientes de nuestros alimentos y bebidas, y adaptando su nivel de enriquecimiento para abordar las situaciones y las deficiencias nutricionales predominantes en mercados específicos. Por ejemplo, la popularidad



mundial y el alcance comercial de nuestra línea de productos *Maggi* nos brinda una sólida plataforma para ayudar a abordar las carencias de micronutrientes a gran escala. En 2016, se enriquecieron casi 103.000 millones de raciones individuales de sopas, condimentos, aderezos y fideos Nestlé, de las cuales 59.000 millones se enriquecieron con hierro.

También enriquecemos cereales y leche para proporcionar más alimento a grupos vulnerables, como niños en edad escolar y embarazadas. En conjunto, un 83,5% de los Productos a Precios Populares para consumidores de ingresos más bajos se enriquecieron por lo menos con uno de los «4 Grandes».

Además, hemos establecido colaboraciones con institutos de investigación agrícola y el programa *HarvestPlus*, con el fin de desarrollar y consolidar cadenas de suministro para cosechas bioenriquecidas. En Nigeria, estamos combinando maíz bioenriquecido con vitamina A con maíz normal, y en 2016 reservamos más de 1.000 toneladas de grano para emplearlas en nuestras papillas de cereales. Nuestro centro de I+D en Abiyán (Costa de Marfil) también está estudiando las posibilidades que ofrecen la yuca, el trigo, el arroz y el maíz bioenriquecidos junto con socios en Madagascar, Turquía, Brasil e India.

#### Nuestros objetivos en 2020

- ⊕ Para 2020: Llegar a millones de niños y familias con alimentos y bebidas enriquecidos.
- ⊕ Para 2020: Emprender acciones colectivas para reducir las deficiencias de micronutrientes en 10 países.
- ⊕ Para 2020: Seguir desarrollando la cadena de valor de cultivos bioenriquecidos y ampliar la cartera de productos enriquecidos.



#### **Outshine: una opción más saludable**

*Outshine*, una de nuestras principales marcas en Estados Unidos, es pionera en ofrecer opciones más saludables en el negocio de los helados. Nestlé USA ha completado un recorrido de 10 años de duración para ofrecer una receta más saludable en los helados de fruta sin alterar su sabor único. En 2016, nuestros expertos en helados lograron incrementar el contenido de auténtica fruta en un 77% y reducir el azúcar un 11% en las ocho variedades de helados de fruta *Outshine* más vendidas, manteniendo a la vez el sabor y la textura (una tarea difícil, dado que la cristalización del helado aumenta a medida que el azúcar disminuye). Gracias a una sencilla lista de ingredientes que muestra primero la fruta auténtica, nuestros consumidores disfrutan ahora de un delicioso y cremoso helado de fruta sabiendo que han escogido una opción más saludable. Y nuestro trabajo aún no ha acabado: en 2018, prevemos reducir más el azúcar añadido de la gama *Outshine* para seguir dando a los consumidores las propiedades saludables de la fruta y las verduras, sin renunciar a la deliciosa experiencia de siempre.

## Simplificar nuestras listas de ingredientes y eliminar los colorantes artificiales

Las nuevas generaciones de consumidores demandan cada vez mayores garantías respecto a la composición de los alimentos que compran, y las nuevas tendencias de salud han reforzado la necesidad de transparencia, autenticidad e ingredientes de mayor calidad.

### Nuestros avances

Para satisfacer las nuevas expectativas de los consumidores en torno a nuestros alimentos y bebidas, hemos ido transformando nuestra gama de productos mediante un enfoque que denominamos *Kitchen Cupboard* (armario de la cocina), que se centra en utilizar ingredientes naturales conocidos y reconocibles, como verduras, especias, condimentos y harinas. Con *Kitchen Cupboard* también buscamos simplificar las listas de ingredientes, incrementar el contenido de verduras y granos integrales, y reducir la sal y el azúcar.

Estamos complementando este enfoque acelerando la eliminación de aditivos, sabores y colorantes artificiales, y facilitando información transparente y fácil de leer sobre su uso.

### Nuestros objetivos en 2020

- ⊕ Para 2020: Eliminar todos los colorantes artificiales de nuestros productos.
- ⊕ Para 2020: Seguir eliminando ingredientes poco conocidos.

## Apoyar y proteger la lactancia materna avanzando en la implantación de una política de referencia en el sector para comercializar sucedáneos de la leche materna de forma responsable

Creemos que la leche materna es el alimento ideal para los recién nacidos. Por ese motivo, apoyamos la recomendación de la Organización Mundial de la Salud (el Código de la OMS) de alimentar a los lactantes exclusivamente con leche materna durante los seis primeros meses de vida, introduciendo después alimentos complementarios nutritivos adecuados y manteniendo la lactancia materna hasta por lo menos los dos años de edad.

### Nuestros objetivos en 2016

- ① Continuo: Asegurarnos de que todas las prácticas del área de Nutrición de Nestlé cumplen de manera uniforme los criterios del índice FTSE4Good relativos a los sucedáneos de la leche materna.
- ① Continuo: Seguir reforzando nuestra política y procedimientos para mantener nuestra posición de liderazgo sectorial en la implantación del Código de la OMS.
- ① Continuo: Continuar informando públicamente de nuestros avances en la implantación de nuestra política respecto al Código de la OMS.

### Nuestros avances

Reforzamos nuestra capacidad de proporcionar un entorno propicio para la lactancia materna mediante nuestra «Política de Protección de la Maternidad», que incluye el derecho a ampliar la baja maternal hasta seis meses y condiciones de trabajo flexibles. En la actualidad, contamos con 302 espacios de lactancia y para 2018 todas las instalaciones que tengan más de 50 empleadas estarán equipadas con salas de lactancia.

En 2016, mediante el programa *Start Healthy Stay Healthy* de Nestlé, nos asociamos con varias organizaciones públicas y privadas para abrir 945 salas de lactancia en India y en torno a 1.500 en China. También hemos desarrollado una aplicación para móviles que permite a las madres localizar salas de lactancia.

Hemos adoptado compromisos para apoyar entornos laborales propicios para la lactancia materna a través del movimiento *Every Woman, Every Child* y de la *Clinton Global Health Initiative*, y alentamos a otros grupos de interés y empresas a seguir nuestro ejemplo.

Para los niños que no pueden tomar el pecho, como se recomienda, los preparados para lactantes son el único sucedáneo

adecuado de la leche materna aceptado por la OMS. Nos hemos comprometido, como mínimo, a cumplir plenamente con el Código de la OMS tal y como haya sido implantado por los gobiernos nacionales en todo el mundo. En 152 países que se consideran de mayor riesgo en términos de mortalidad y desnutrición infantil, aplicamos voluntariamente nuestra propia y rigurosa política cuando es más estricta que el código nacional.

Nos enorgullece haber sido el primer fabricante de sucedáneos de leche materna incluido en el índice FTSE4Good y haber cumplido de manera sistemática sus rigurosos criterios para la comercialización responsable de los sucedáneos de la leche materna desde 2011. También ocupamos el primer puesto en el subíndice resultante de la evaluación piloto sobre políticas y prácticas comerciales relativas a los sucedáneos de la leche materna dentro del Índice de Acceso a la Nutrición.

Seguimos reforzando nuestro sistema de gestión del cumplimiento. Hemos mejorado nuestros mecanismos de reclamación internos y externos, tales como «Tell Us» —mediante el cual cualquier persona puede transmitir inquietudes respecto a nuestras prácticas de comercialización de sucedáneos de la leche materna— y hemos impartido formación al personal que trabaja en nutrición infantil para reforzar su capacidad de comercializar nuestros productos para lactantes de forma responsable.

En 2016, nuestras prácticas fueron auditadas en 37 países distintos por auditores corporativos, en tres países por Bureau Veritas y en un país por PricewaterhouseCoopers. Nuestros avances se comunican en nuestra web corporativa.



### Nuestros objetivos en 2020

- ⊕ Para 2018: Garantizar que se aplican todas las disposiciones en apoyo de la lactancia materna de nuestra «Política de Protección de la Maternidad».
- ⊕ Para 2020: Abogar por un entorno favorable a la lactancia materna apoyando la apertura de salas de lactancia en las comunidades donde operamos.



## Ayudar a padres, cuidadores y educadores a fomentar hábitos saludables en los niños 👤

Unas buenas prácticas de nutrición y alimentación durante los primeros 1.000 días de vida, desde la concepción hasta los dos años, sientan las bases para la salud y el bienestar del niño durante toda su vida. Por eso es importante que las madres establezcan hábitos de comida saludables para sí mismas y sus hijos.

### Nuestro objetivo en 2016

- ① Continuo: Formar a padres y cuidadores sobre la importancia de la nutrición en los 1.000 primeros días de vida (de la concepción a los dos años), incluida la nutrición materna durante el embarazo, promoviendo la lactancia materna como el mejor inicio en la vida.

### Nuestros avances

Nuestro objetivo es fomentar unos comportamientos saludables en niños y familias mediante tres programas, cada uno de los cuales tiene una finalidad concreta. Los tres tienen los mismos objetivos generales, pero cada uno se distingue por su dimensión, alcance y enfoque, y se ejecuta a través de diferentes canales para llegar a grupos específicos:

- *Start Healthy Stay Healthy* de Nestlé, que forma a los padres sobre la importancia de la nutrición en los 1.000 primeros días de vida;
- El programa mundial *Nestlé Healthy Kids*, dedicado a capacitar a los profesores y a los niños con formación sobre nutrición y a fomentar estilos de vida saludables en el entorno escolar; y
- *United for Healthier Kids*, que alienta unos comportamientos más saludables en los niños mediante la participación de los padres y otras entidades colaboradoras.

El programa *Nestlé Start Healthy Stay Healthy First 1000 Days Nutrition* es un interesante curso de aprendizaje en línea, creado por nutricionistas y basado en los últimos hallazgos científicos y datos de salud pública. Ayuda a las madres a comprender con qué y cómo alimentar a sus bebés, y por qué los 1.000 primeros días son cruciales para la salud futura de sus hijos. A finales de 2016, el programa estaba en marcha en 40 mercados y había llegado a 55 millones de millones de personas a través de los medios de comunicación.

Nuestro programa mundial *Nestlé Healthy Kids* ayuda a los niños y a los adoles-

centes a conjugar una buena alimentación y una hidratación saludable con un estilo de vida activo. A través de sus profesores, aprenden los aspectos básicos de la nutrición y obtienen consejos prácticos para alimentarse e hidratarse correctamente. El marco del programa es flexible y permite a los colegios adaptarlo a las necesidades nutricionales y de salud específicas de sus comunidades. Con los nuevos programas lanzados en Gabón y los Territorios Palestinos, en la actualidad estamos actuando en 84 países.

También hemos creado *United for Healthier Kids*, un completo programa pionero con base científica y centrado en las redes sociales. Mediante alianzas con socios locales públicos y privados, tiene la intención de facilitar a los padres de niños menores de 12 años nuevas herramientas para alentar y posibilitar cambios en los comportamientos. A lo largo de los dos últimos años, *United for Healthier Kids* ha llegado a más de 170 millones de padres y en la actualidad está activo en 10 países.



### Nuestros objetivos en 2020

- ⊕ Para 2018: Nos comprometemos a mantener los programas mundiales *Nestlé Healthy Kids* existentes, y medir su impacto en los niños a partir de cinco objetivos de ámbito mundial: tomar alimentos nutritivos y variados, gestionar raciones, elegir agua, jugar y llevar una vida activa, y mantener unos buenos hábitos de higiene.
- ⊕ Para 2020: Apoyar a 50 millones de niños y familias mediante nuestros programas de nutrición y cambio de comportamientos, un hito importante dentro de nuestras aspiraciones generales para 2030.

## Publicitar entre los niños únicamente las opciones que les ayuden a adoptar una dieta nutritiva 👤

Desde hace mucho tiempo, somos partidarios de un marketing responsable dirigido a los niños. Nuestros propios «Principios de Comunicación», así como la «Política sobre Comunicación de Marketing Dirigida a Niños» de Nestlé, establecen que todas las comunicaciones dirigidas a niños deben observar unos principios de marketing responsable y limitarse a alimentos y bebidas que encajen en un perfil nutricional específico.

Como miembro fundador de la Alianza Internacional de Alimentos y Bebidas (IFBA), también nos hemos comprometido a cumplir con su política sobre publicidad y comunicación de marketing para niños.

### Nuestros avances

Nos proponemos aumentar el conocimiento y la concienciación sobre los criterios de marketing para niños en toda la organización y hemos desarrollado una herramienta en línea personalizada para facilitar la comprensión de nuestra política entre los profesionales del marketing y las agencias externas asociadas. Esta herramienta se basa en los ejemplos de marcas de Nestlé y, tras haber sido probada en seis mercados, estaba implantada a finales de 2016.

También trabajamos con socios del sector para definir compromisos respecto al marketing dirigido a niños, en particular en países donde no existe autorregulación o regulación de la publicidad. En 2016, se adoptaron y reforzaron nuevos compromisos en muchos países, y actualmente estos se extienden a 51 países.

### Nuestros objetivos

- ① Para 2017: Impartir formación específica a nuestros equipos de marketing en todo el mundo para reforzar la implantación de la «Política sobre Comunicación de Marketing Dirigida a Niños».
- ① Para 2017: Promocionar entre los niños únicamente opciones que sean esenciales para una dieta nutritiva.

## Defender el agua como la mejor opción para conseguir una hidratación más sana

Tenemos el objetivo de ayudar a construir generaciones más sanas compartiendo nuestros conocimientos sobre hábitos de hidratación, y defendiendo el agua procedente de cualquier fuente como la opción preferente para la hidratación de las personas y las familias. Nuestra «Hoja de Ruta de Hidratación Saludable» ha impulsado nuestro enfoque a lo largo de 2016 y lo seguirá haciendo en el futuro.

### Nuestros avances

Hemos colaborado con la Universidad de California en Davis en un reciente estudio publicado en la revista *Appetite*, que examinó los beneficios de beber agua para la memoria y la atención entre niños de 9 a 12 años. Los resultados indican que un consumo de agua que dé lugar a cambios moderados del estado de hidratación mejora el rendimiento cognitivo.

Basándonos en los hallazgos de dichos estudios, estamos trabajando con organismos de salud pública, expertos universitarios, organizaciones no gubernamentales (ONG) y el sector privado en campañas de promoción del agua como la opción recomendada para una hidratación saludable.

Por ejemplo, Nestlé Waters México unió fuerzas con el Ministerio Federal de Salud del país para crear el Programa Nacional de Hidratación Familiar. Después del evento de presentación en julio de 2016 en México D.F., que congregó a más de 40.000 personas, organizamos encuentros con los medios de comunicación en otras cinco grandes ciudades e hicimos presentaciones en torno al tema de una hidratación saludable, denominadas Brigadas de Hidratación, en las principales universidades del país. Estamos diseñando planes para lanzar iniciativas similares en otros países.

Nestlé Waters Norteamérica apoya la iniciativa Drink Up, cuya presidenta de honor es Michelle Obama. Drink Up está gestionada por la Partnership for a Healthier America (Asociación para unos EE. UU. más saludables), que trabaja con el sector privado para instar a los estadounidenses a beber agua.

### Nuestros objetivos en 2020

- ⊕ Para 2017: Reunir y compartir datos científicos para documentar los hábitos de hidratación en todo el mundo y apoyar las estrategias de salud pública.
- ⊕ Para 2020: Defender el agua como la principal opción para una hidratación más saludable en al menos 10 países.



### Maggi enriquecido en Guatemala

Más del 30% de la población mundial sufre carencias de vitaminas y minerales esenciales, principalmente los «4 Grandes»: hierro, yodo, vitamina A y zinc. Los condimentos, que se usan en todos hogares de Centroamérica, han demostrado ser un vehículo eficaz para el enriquecimiento con micronutrientes, ya que su consumo es muy amplio, frecuente y aprovecha los hábitos alimentarios existentes. La campaña lanzada por Nestlé en Guatemala, denominada «Cocinando juntos un futuro mejor», utiliza dos conocidas marcas, *Maggi* y *Malher*, para ofrecer productos que pueden aportar a un precio asequible el 15% de las necesidades diarias de hierro, de acuerdo con nuestra política de enriquecimiento de alimentos y bebidas con micronutrientes.

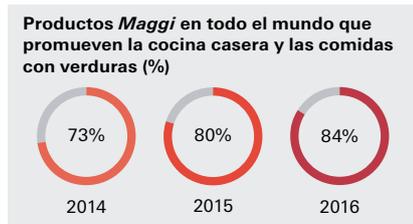


## Aprovechar nuestras campañas comerciales para promover hábitos culinarios, de alimentación y de vida saludables

Con nuestro alcance mundial, Nestlé está en una excelente situación para explotar la comunicación de marca a través de los medios de comunicación. Los productos que vendemos cada día nos permiten reforzar mensajes que apoyen estilos de vida más saludables y buenos hábitos de alimentación en todos esos puntos de contacto.

### Nuestros avances

La convicción que subyace a nuestra marca *Maggi* es que los buenos hábitos de alimentación empiezan en la cocina. En 2016, continuamos promoviendo la cocina casera y las comidas saludables con verduras a través del 84% de nuestra cartera *Maggi*.



El Programa de Clases de Cocina de *Maggi* alienta a niños y padres a cocinar en casa y ayuda a los consumidores a elaborar comidas deliciosas y equilibradas. La iniciativa comprende clases de cocina para adultos, adolescentes y niños, así como ideas para menús, recetas y consejos prácticos de cocina. En 2016, ampliamos el alcance mundial del programa a 35 países.

También utilizamos nuestro alcance de marketing de marketing para fomentar estilos de vida saludables y activos. Como parte de su compromiso de marca en África, Oceanía y Asia, los programas deportivos *Milo* llegaron a 22 millones de niños en 2016 mediante iniciativas deportivas comunitarias en colaboración con gobiernos y asociaciones deportivas. *Milo* ha lanzado un nuevo monitor de actividad y una *app* en Australia, Filipinas e Indonesia que ayudan a los padres a asegurarse de que sus hijos están haciendo ejercicio físico.

### Nuestro objetivo en 2020

- ⊕ Para 2020: Duplicar el alcance de nuestros esfuerzos para fomentar una cocina y una alimentación sanas, así como estilos de vida saludables para las personas, las familias y sus mascotas.

## Incorporar y explicar información nutricional en los envases, en los puntos de venta y en Internet

Para ayudar a nuestros clientes a tomar decisiones fundadas sobre lo que consumen, facilitamos información clara sobre los ingredientes, los beneficios nutricionales, los aspectos relacionados con la salud y el tamaño de las raciones en todos nuestros envases. Esta información debe ser veraz, relevante, transparente y justificada científicamente, y no puede ser engañosa. Nos esforzamos por asegurarnos de que nuestro etiquetado sea totalmente preciso e indique la ausencia de un nutriente, ingrediente o sustancia que un consumidor podría querer evitar, como el azúcar o las grasas saturadas.

### Nuestros objetivos en 2016

- Para 2016: Todos nuestros alimentos y bebidas relevantes tendrán etiquetas con cantidades diarias orientativas (CDO) en el frontal del envase para informar sobre su contenido nutricional.
- Para 2016: Introducir etiquetas con CDO, basadas en valores de referencia infantiles, en todos los productos para niños (donde la legislación lo permita), para que los padres puedan hacer mejores elecciones nutricionales para sus hijos.
- Para 2016: Ofrecer más información sobre los productos y consejos nutricionales en el envase, a través de códigos QR para *smartphones*.

### Nuestros avances

Las etiquetas que utilizan CDO detallan la composición nutricional de una ración de un alimento o bebida, comparándola con los valores diarios de referencia recomendados para calorías, azúcares, grasas y otros nutrientes. Hemos acelerado la implantación de la información sobre CDO a lo largo de los dos últimos años y, en países donde las regulaciones de etiquetado lo permiten, el 92,3% de nuestros alimentos y bebidas pertinentes presentan etiquetas con CDO en la parte delantera del paquete.



Debido a las diferentes normativas y protocolos de etiquetado en todo el mundo, no todos los países permiten envases con etiquetas que informen sobre CDO. En cualquier caso, mantenemos el compromiso de facilitar los porcentajes de CDO en todos los envases donde sea posible y buscamos adaptar la información que proveemos en cada mercado para hacerla tan pertinente, visible y accesible como sea posible para los consumidores locales.

Las personas pueden aprender más sobre lo que consumen a través de nuestra *Nestlé Nutritional Compass*. Esta brújula presenta diversa información y menciona, al menos, la composición nutricional de cada producto, datos de contacto para obtener más información y, cuando resulta posible, consejos sobre hábitos y nutrición. A finales de 2016, la *Nestlé Nutritional Compass* aparecía en el 96,4% de nuestros alimentos y bebidas.

Para satisfacer la creciente demanda de información sobre productos, hemos ampliado el uso de los códigos QR que se muestran en la *Nestlé Nutritional Compass*. Los códigos QR dan a los consumidores con *smartphones* un acceso fácil a información en línea, permitiéndoles ir «más allá de la etiqueta» y averiguar más cosas sobre las contribuciones nutricionales, medioambientales y sociales de una marca o producto. Los códigos QR llevan a los consumidores a páginas web que contienen información hasta de 40 datos que no figuran en el envase. En 2016, los códigos QR enlazaron a información de producto adicional y consejos sobre nutrición en más de 4.400 páginas web de más de 90 marcas y en 50 países.

### Nuestro objetivo en 2020

- ⊕ Para 2020: Seguir facilitando datos nutricionales detallados de los productos, con valores porcentuales diarios, ingredientes y alérgenos, y añadir información sobre dietas especiales, explicaciones sobre el etiquetado nutricional y consejos para una alimentación saludable en todos nuestros envases, así como en nuestras páginas web y de comercio electrónico, para posibilitar elecciones más informadas.

## Ofrecer orientación sobre raciones de nuestros productos

En todo el mundo, unas raciones de tamaño inapropiado contribuyen a unos hábitos de alimentación desequilibrados y tienen una incidencia adversa sobre la salud. Creemos que compartimos la responsabilidad de guiar a los consumidores hacia una dieta saludable en cantidad, frecuencia y calidad del consumo.

### Nuestro objetivo en 2016

- Para 2016: Promover el consumo de raciones saludables extendiendo nuestro programa *Portion Guidance* al 100% de los productos familiares e infantiles, y complementarlo con orientaciones en nuestras webs de recetas y programas de formación nutricional.

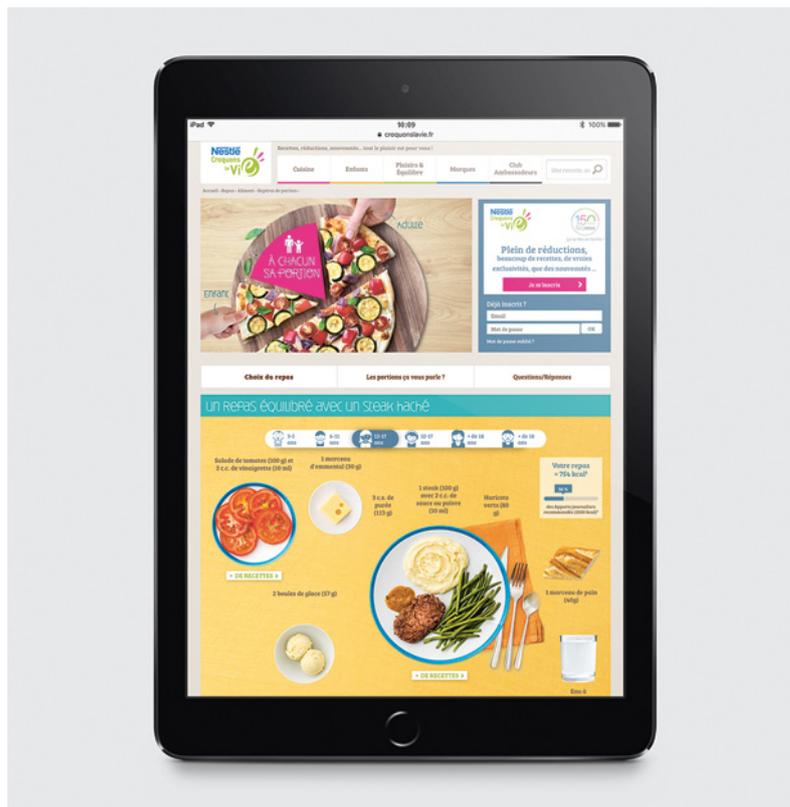
### Nuestros avances

El programa voluntario *Portion Guidance* de Nestlé puede presentarse de diferentes maneras: la forma de los productos, el diseño de los envases, unas ilustraciones claras y, cuando sea posible, una máquina dispensadora. Alrededor de dos tercios (66,7%) de nuestros productos para niños y familias ofrecen ya orientación específica sobre raciones. En los productos con un impacto más significativo en la dieta general de los niños, como las elecciones recurrentes o las más sabrosas, el 80,5% ofrecía esta información.

También hacemos nuestras webs de recetas más accesibles y fáciles de usar, e integramos información sobre los tamaños de raciones apropiados para cada edad. Eso ayuda a los consumidores a comprender el valor nutricional de lo que ingieren y a redefinir hábitos relacionados con las raciones, sobre todo en alimentos y bebidas muy energéticos.

### Nuestros objetivos en 2020

- ⊕ Para 2020: Seguir facilitando orientación sobre raciones en todos los envases de productos para niños y familias, e incrementar la frecuencia de las indicaciones sobre consumo en los productos relevantes.
- ⊕ Para 2020: Ampliar la orientación sobre raciones a nuestras recetas para consumidores, y a los productos relevantes para adolescentes y adultos.
- ⊕ Para 2020: Incrementar gradualmente la cantidad de información sobre raciones facilitada mediante la forma de los productos, el diseño de los envases o las máquinas dispensadoras para hacerla aún más intuitiva que los mensajes en los envases.



### *Portion Guidance* en Francia

En Francia, el programa *Portion Guidance* de Nestlé se presenta de varias formas complementarias: desde los envases de los productos hasta información en línea atractiva ([www.croquonslavie.fr/idee-repas](http://www.croquonslavie.fr/idee-repas)). Se pone información adicional a disposición de los profesionales de la atención sanitaria para ayudarles cuando asesoran a sus pacientes: un artículo en una revista científica de alta calidad, un folleto y diversas herramientas. A finales de 2016, el 85% de los productos de Nestlé Francia para niños y familias incorporaba orientaciones sobre raciones.



## Establecer asociaciones que fomenten entornos de alimentación saludables

Ampliando nuestro enfoque integral de la nutrición, la salud y el bienestar hasta el punto de compra, nuestro objetivo es incrementar las asociaciones con distribuidores y profesionales de la alimentación en diferentes regiones, posibilitando que estos entornos alienten unos hábitos de alimentación y unos estilos de vida más saludables.

### Nuestros avances

Queremos reforzar nuestros actuales conocimientos y prácticas en las tiendas aprovechando las estrategias de los distribuidores en materia de vida sana. Los programas en tiendas se definirán mediante colaboraciones a largo plazo con nuestros socios de distribución estratégicos para adaptarlos a sus propias estrategias y entornos, y para ayudar siempre a las personas y a las familias a que las opciones más saludables sean las más fáciles. Dichos programas pueden incluir iniciativas como fomentar dietas y estilos de vida más saludables a lo largo de la vida, cestas de la compra más saludables en la tienda y en Internet, opciones más saludables en las líneas de cajas, fiambres más saludables, protección de la piel, buenos hábitos del sueño y comunicación de marketing responsable dirigida a padres y cuidadores.

Además de hacer de la tienda un lugar para fomentar una cultura de prevención y alentar a las personas y las familias a dar cada vez más pasos hacia unos hábitos de alimentación y una vida más saludables, desarrollaremos una metodología que pueda ampliarse para involucrar a más socios.

### Nuestro objetivo en 2020

- ⊕ Para 2020: Asociarnos con distribuidores y profesionales de la alimentación para impulsar entornos que promuevan dietas y estilos de vida más saludables.

## Generar y compartir conocimientos sobre nutrición que abarquen desde los primeros 1.000 días hasta el envejecimiento saludable

Puesto que creemos que la alimentación es el factor individual que más influye en nuestra salud, buscamos una comprensión más profunda de la ingesta alimentaria, el estilo de vida y la de salud de lactantes, niños y adultos mayores. Los hallazgos de nuestros estudios a gran escala ayudan a definir el desarrollo de productos, la comunicación con el consumidor y los programas educativos, y fundamentan el diálogo con la científicos y médicos.

### Nuestros objetivos en 2016

- Continuo: Ofrecer servicios y programas de educación nutricional para profesionales de la salud sobre problemas de desnutrición y sobrealimentación en todo el mundo.
- Para 2016: Lanzar estudios a gran escala en al menos 10 países, incluidos EE. UU., México, China y Rusia, para ampliar el conocimiento sobre nutrición infantil y basar el desarrollo de nuestros productos y servicios.
- Para 2016: Seguir desarrollando e integrando las capacidades en nutrición molecular y las estrategias clínicas del Instituto Nestlé de Ciencias de la Salud (NIHS) y la Unidad de Desarrollo Clínico de Nestlé (CDU) para definir mejor la salud a nivel mundial, a fin de gestionar las enfermedades mediante soluciones nutricionales.

### Nuestros avances

Hemos lanzado importantes iniciativas de investigación en nueve mercados mediante dos grandes:

- Un estudio sobre alimentación para lactantes y niños de corta edad (Feeding Infants and Toddlers Study, FITS) que amplía nuestra comprensión sobre los patrones de alimentación y el consumo nutricional de los lactantes y los niños desde el nacimiento hasta los cuatro años; y
- Un estudio sobre nutrición y salud de niños (Kids Nutrition and Health Study, KNHS) que se centra en el consumo de alimentos y nutrientes de niños de entre 4 y 12 años, cuando se forman muchos hábitos dietéticos y de actividad, y en su relación con el estilo de vida y los patrones de comportamiento.

En 2016, seguimos analizando los resultados de EE. UU., México y China, y realizamos nuevos estudios en Rusia, Australia y Filipinas. Los hallazgos iniciales sugieren que hay más niños saltándose comidas, que se consume menos fibra y verdura de lo recomendado y que las carencias de calcio y vitamina D son habituales. También analizamos los resultados de un estudio piloto realizado en São Paulo (Brasil) y completamos una revisión preparatoria de la documentación existente en Oriente Medio con la Universidad Americana de Beirut. En la actualidad, estamos preparando tres nuevos estudios de recopilación de datos.

En nuestra red de investigación figura el NIHS, cuyas investigaciones sobre las interacciones de la dieta, el estilo de vida, los factores genéticos heredados y el metabolismo individual entre ciertos grupos —incluidos mayores, madres, lactantes y niños de corta edad— y en países concretos darán forma a nuestro trabajo de innovación de productos y a los servicios relacionados.

El Instituto de Nutrición de Nestlé (NNI) es la organización privada que más información nutricional publica de todo el mundo y comparte datos empíricos e investigaciones con médicos, científicos y expertos en nutrición. Unos 290.000 miembros registrados de 194 países tienen acceso a una web internacional y a 13 web nacionales, lo que nos ha ayudado a alcanzar nuestro objetivo de 2017 con un año de antelación.

### Nuestros objetivos en 2020

- ⊕ Para 2020: Acumular conocimientos sobre las relaciones entre la nutrición o el estilo de vida y los biomarcadores de salud en madres y niños mediante la iniciativa EpiGen.
- ⊕ Para 2020: Reforzar los conocimientos sobre la ingesta alimentaria, los hábitos alimenticios y el estilo de vida en lactantes y niños.
- ⊕ Para 2020: Desarrollar una comprensión más profunda sobre la ingesta alimentaria, las preferencias y los hábitos durante el envejecimiento.

## Desarrollar conocimientos biomédicos que posibiliten productos beneficiosos para la salud, una nutrición personalizada y soluciones digitales

Nestlé Health Science (NHSc) potencia el papel terapéutico de la nutrición. Nuestros tratamientos nutricionales se basan en una sólida investigación científica y en una profunda comprensión de los consumidores y los proveedores de atención sanitaria. Estos hallazgos permitirán realizar intervenciones más tempranas, desarrollar evidencias clínicas y crear una cartera de productos innovadores con base científica para abordar necesidades insatisfechas y desatendidas.

### Nuestros avances

Nestlé ofrece productos nutricionales especializados, para personas con afecciones o necesidades nutricionales específicas relacionadas con el envejecimiento. Para apoyar a los consumidores, hemos creado nuevos negocios dedicados a tratamientos innovadores. NHSc desarrolla métodos científicos para mejorar la salud mediante la nutrición, mientras que Nestlé Skin Health ofrece soluciones con base científica para la piel, el pelo y las uñas.

- Nuestras soluciones nutricionales con base científica que contribuyen a un envejecimiento saludable incluyen marcas líderes como *Boost*, *Meritene*, *Nutren Senior* y *Sustagen*. Asimismo, hemos estudiado a 14.000 personas en 10 países para comprender las actitudes, los estados de salud y los hábitos de los consumidores mundiales de 50 años de edad o más.
- Para abordar las molestias digestivas y el síndrome del colon irritable relacionados con los alimentos, NHSc lanzó [www.LowFODMAPCentral.com](http://www.LowFODMAPCentral.com), una página web que proporciona a los consumidores y los profesionales sanitarios información sobre dietas que eliminan los hidratos de carbono de cadena corta, que el intestino delgado no absorbe con facilidad. Nuestra bebida nutritiva *ProNourish* también facilita que los consumidores sigan dichas dietas.
- Estamos ayudando a la empresa estadounidense Accera a financiar ensayos clínicos con *Axona*, un alimento sujeto a prescripción médica para pacientes con Alzheimer leve o moderado, y hemos iniciado ensayos clínicos con *Vitaflor*, una bebida nutritiva que puede mejorar el control de las convulsiones en niños.
- NHSc cofinanció la herramienta *CoMiSS*, que ayuda a los profesionales médicos a reconocer los síntomas de la alergia

a la proteína de leche de vaca (APLV) y a actuar en una fase más temprana. NHSc también colabora con la empresa francesa DBV Technologies con el fin de desarrollar una prueba epicutánea para diagnosticar la APLV en lactantes.

- NHSc está colaborando con GE Healthcare en el desarrollo de sistemas de gestión integrados que mejoren la nutrición durante los periodos de cuidados intensivos. También hemos lanzado dos recursos en línea para ayudar a los pacientes a pasar a la alimentación enteral en el domicilio, sin dejar de llevar una vida normal.

Los datos procedentes de sensores y dispositivos presentes en nuestras vidas diarias pueden ayudarnos a comprender nuestra nutrición y nuestra actividad, y orientarnos hacia un estilo de vida más saludable. Nuestro objetivo a largo plazo es combinar esta tecnología cada vez más conectada con los avances en la ciencia de la nutrición para personalizar más el cuidado de la salud y ayudar a las personas a comprender su propio estado nutricional, su estilo de vida, su entorno y su genética.

El NIHS ha comenzado una colaboración en materia de investigación con el Centro de Innovación y Estrategia de Samsung (SSIC) para aprovechar las sinergias existentes entre la ciencia de la nutrición y las tecnologías de sensores digitales. Juntos, ofreceremos recomendaciones personalizadas sobre nutrición, hábitos y forma física a través de una única plataforma de salud digital. Las primeras pruebas piloto están previstas para comienzos de 2017.

### Nuestros objetivos en 2020

- ⊕ Para 2020: Desarrollar nuevas soluciones nutricionales intervencionistas basadas en estudios y el trazado de perfiles de diagnóstico. Estos programas se centrarán en áreas clave como el metabolismo, la salud gastrointestinal y cerebral, el envejecimiento saludable, la salud de la piel y las mascotas.
- ⊕ Para 2020: Desarrollar perfiles de nutrición digitales para calcular ingestas de nutrientes, así como para hacer recomendaciones que permitan alcanzar un equilibrio nutricional, integrándolos en una completa herramienta que ayude a las personas y las familias a vivir vidas más felices y saludables.

## ➤ Ventajas para los inversores

**Los productos que tienen una dimensión de nutrición, salud y bienestar generan mejores resultados. Eso se ha demostrado en un análisis reciente que comparó productos que se sitúan por encima de la media en el cumplimiento de nuestros criterios 60/40+ y de Nutritional Foundation con los que son inferiores a la media. Nuestro trabajo en salud y bienestar nos ayuda a ir por delante de los cambios normativos, cuyo incumplimiento podría conllevar costes importantes. El mercado de los alimentos y bebidas saludables está creciendo. Se ha demostrado que existen oportunidades de incrementar los ingresos mediante las ventas de dichos productos.**

## Desarrollo rural

Nos abastecemos de materias primas de millones de agricultores de todo el mundo, los cuales son esenciales para garantizar el suministro a largo plazo y nuestro éxito. Al comprender y gestionar dónde y cómo se producen nuestros ingredientes y las dificultades de agricultores y comunidades, podemos propiciar la prosperidad de las comunidades y respaldar los medios de subsistencia de las personas con las que trabajamos.



El *Nescafé* Coffee Centre en Pu'er, en la provincia china de Yunnan, presta servicios de formación y control de calidad a los cultivadores de café de la región.

## Implantar evaluaciones de referencia de desarrollo rural para conocer las necesidades de los agricultores

Utilizamos herramientas de diagnóstico, como nuestra Evaluación de Sostenibilidad Inductora de Respuestas (Response-Inducing Sustainability Evaluation, RISE) y el Marco de Desarrollo Rural (Rural Development Framework, RDF) para ofrecer un enfoque coherente del desarrollo rural y contribuir a mejorar los medios de subsistencia del medio rural, asegurándonos de que nuestras actividades abordan cuestiones reales sobre el terreno. Estas se incorporan a las actividades de desarrollo rural existentes en el programa *Farmer Connect*, identificando nuevas áreas de intervención.

### Nuestro objetivo en 2016

- Para 2016: Aplicar estrategias (actividades y objetivos) en zonas prioritarias para mejorar la disponibilidad de alimentos y la variedad de la dieta. Programas piloto en marcha en tres zonas.

### Nuestros avances

Hasta ahora, el RFD se ha aplicado sobre todo en la cadena de suministro de café. En 2016, comenzamos a usarlo en otras categorías con el fin de dar forma a nuestros planes y programas atacando las causas últimas de los problemas, como la nutrición deficiente y la pobreza en las comunidades que nos suministran. Seguimos integrando las RISE en nuestro enfoque de desarrollo, que nos permiten tener una visión integral de los sistemas agrarios mixtos (agricultura y ganadería). En 2016, se realizaron estudios RISE sobre todo en México, Pakistán y Ucrania; algunos de ellos permiten calibrar el potencial de producción agrícola, mientras que otros identifican áreas de mejora continua.

### Nuestro objetivo

- Para 2018: Elaborar un total de 18 evaluaciones de referencia de zonas de suministro de importancia estratégica con necesidades sociales urgentes, para poder ajustar nuestras actividades a las prioridades locales.

- Alcanzado
- Aún no alcanzado
- En progreso
- ⊕ Nuevo objetivo

## Mejorar la economía de las explotaciones agrarias que nos suministran

Queremos trabajar con los agricultores para lograr materias primas seguras y de calidad, y conseguir que los jóvenes con talento no abandonen el campo. Uno de los motores clave es la economía agraria, pues si esta no genera ingresos suficientes, no retendrá a los jóvenes. Por lo tanto, necesitamos trabajar con ellos para comprender sus negocios y sus márgenes, para ayudarles a crecer centrándose en la calidad y en mejorar la producción. Con ello, animaremos y trabajaremos con la próxima generación de agricultores, algo esencial para asegurar la cadena de suministro.

### Nuestros avances

#### Número de agricultores formados mediante programas de desarrollo de capacidades

2016	363.000
2015	400.000
2014	376.000

Seguimos en camino de alcanzar nuestro objetivo para 2020. En 2016, seguimos informándonos sobre los temas relacionados, como la importancia de mejorar la nutrición de los agricultores y reducir la pobreza. A través de programas como el *Nescafé Plan* y el *Nestlé Cocoa Plan*, lanzamos o implantamos varios proyectos y actividades, como nuevas iniciativas de apoyo a mujeres agricultoras. Creamos foros de mujeres en Costa de Marfil para impulsar el papel de la mujer, y en Ecuador y Venezuela les facilitamos formación en nuevas competencias para diversificar y aumentar sus fuentes de ingresos.

### Nuestro objetivo en 2020

- Para 2020: Mejorar la economía de las explotaciones de siete zonas clave de suministro a partir de los resultados de las referencias del Marco de Desarrollo Rural. (La economía de las explotaciones agrarias comprende los cuatro factores en los que incidirá Nestlé: productividad, calidad, costes y primas de precios).

## Mejorar la disponibilidad de alimentos y la diversidad de la dieta de los agricultores que nos suministran

Los agricultores y sus familias a veces carecen de alimentos suficientes o de una dieta variada, especialmente en algunas zonas de África. Esto puede causar problemas de salud y de otro tipo. Debemos aplicar lo aprendido sobre este tema y trabajar con las ONG locales para crear el marco que permita superar este problema.

### Nuestros avances



Durante 2016, reunimos información detallada sobre la variedad de la dieta en México y Filipinas, y encargamos un estudio más profundo en Kenia. Participamos en un estudio para recoger información similar de Costa de Marfil y Ghana, y ya tenemos datos de Indonesia y China. A partir de estos estudios, diseñamos programas para ayudar a los agricultores y sus familias a mejorar la disponibilidad de los alimentos y la diversidad de la dieta. Les ofrecemos formación en nutrición, promovemos los cultivos intercalados y les ayudamos a desarrollar y mantener huertos y ganado. En 2016, introdujimos el concepto de jardín doméstico y el cultivo de verduras para uso doméstico en Indonesia. También llevamos nuestro programa *Nestlé Healthy Kids* a zonas rurales de Indonesia, Filipinas y Kenia. Seguimos trabajando con Solidaridad para mejorar la seguridad alimentaria de los agricultores de Kenia y Etiopía a través del incremento de la producción y los ingresos. Solidaridad les ofrece formación sobre nutrición y producción de café, y sobre el desarrollo de cultivos intercalados para mejorar sus ingresos, y nosotros impartimos formación y apoyo en relación con los huertos para mejorar la nutrición.

### Nuestro objetivo en 2020

- Para 2020: Mejorar la disponibilidad de alimentos y la diversidad de la dieta en cinco zonas clave de suministro a partir de los resultados de las referencias del Marco de Desarrollo Rural.



### **Dar voz a las mujeres en Costa de Marfil**

En las comunidades que nos suministran cacao, la participación de las mujeres en los asuntos comunitarios suele ser reducida y sus quejas no se atienden adecuadamente. Nestlé y la Fair Labor Association han creado foros de mujeres en dos comunidades productoras de cacao de Costa de Marfil: Yaokouakoukro y Zaranou. Estas plataformas dan voz a las mujeres en sus comunidades y la oportunidad de que se atiendan sus quejas. En 2016, para respaldar los nuevos foros: impartimos formación sobre mecanismos efectivos de diálogo y atención de quejas, y apoyamos dos asociaciones de mujeres existentes para mejorar su gestión interna. Los materiales y las técnicas de formación, como las simulaciones de situaciones, se adaptaron a las participantes. El proyecto continuará en 2017 para dar más peso a las mujeres en sus comunidades.

### **Implantar el abastecimiento responsable en nuestra cadena de suministro y promover el bienestar de los animales**

Cada vez es mayor el deseo de los consumidores y otros grupos de interés de saber qué contienen los alimentos, su origen y cómo se producen. Por tanto, el abastecimiento responsable es esencial para el futuro sostenible del negocio. Nuestros esfuerzos por lograr materias primas trazables y suministradas responsablemente se centran en 12 categorías clave (las más importantes para nuestro negocio o las que compramos en mayores cantidades).

#### **Nuestros objetivos en 2016**

- Para 2016: En proveedores de primer nivel: cubrir un 50% del volumen total suministrado por proveedores auditados y conformes.
- Para 2016: En el resto: trazabilidad de un 50% del volumen de nuestras 12 materias primas clave y un 40% suministradas responsablemente.

#### **Nuestros avances**

Superamos nuestros objetivos; así, el 61% del volumen total se obtuvo de suministradores que cumplen el Código de Proveedores de Nestlé, el 51% de las materias primas de nuestras categorías clave era trazables y el 44% se suministró responsablemente, aunque los avances varían según las circunstancias individuales de cada cadena de suministro. En 2016, introdujimos los cereales como categoría clave, por el alto volumen que compramos y su importancia para los consumidores y la cartera de productos global. También se iniciaron las evaluaciones en la cadena de suministro de cereales y los primeros resultados se esperan en 2017.

#### **Nuestros objetivos en 2020**

- ⊕ Para 2017: En proveedores de primer nivel: cubrir un 60% del volumen total suministrado por proveedores auditados y conformes.
- ⊕ Para 2017: En el resto: trazabilidad de un 60% del volumen de nuestras 12 materias primas clave y un 50% suministradas responsablemente.
- ⊕ Para 2020: En proveedores de primer nivel: cubrir un 80% del volumen total suministrado por proveedores auditados y conformes.
- ⊕ Para 2020: En el resto: trazabilidad de un 80% del volumen de nuestras 12 materias primas clave y un 70% suministradas responsablemente.

## Extender el *Nestlé Cocoa Plan* entre los agricultores de cacao

El objetivo del *Nestlé Cocoa Plan* es mejorar las vidas de los agricultores y sus comunidades sobre tres ejes de actividad: mejores prácticas agrícolas, mejores vidas y mejor cacao. Impartimos formación para mejorar las prácticas agrícolas, distribuimos plantas de cacao de mayor rendimiento, promovemos la igualdad entre los sexos, abordamos el problema del trabajo infantil y desarrollamos relaciones a largo plazo con grupos de agricultores.

### Nuestro objetivo en 2016

- Para 2016: Abastecemos de 130.000 toneladas de cacao con el *Nestlé Cocoa Plan* y completar la implantación de nuestro Sistema de Seguimiento y Erradicación del Trabajo Infantil (CLMRS) para detectarlo en todas las cooperativas cubiertas por este Plan en Costa de Marfil.

### Nuestros avances

Superamos nuestro objetivo y compramos 140.933 toneladas de cacao —34% de nuestro total— con el *Nestlé Cocoa Plan*. Asimismo, distribuimos 2,2 millones de nuevas plantas y formamos a 57.000 agricultores. Continuamos la implantación de nuestro CLMRS; las 69 cooperativas registradas en el Plan en septiembre estaban todas en el sistema a finales de año. Lanzamos este sistema en Ghana y lo ampliaremos en 2017. Nos centramos en desarrollar el sistema en África occidental, ya que es la zona de mayor riesgo de trabajo infantil. En colaboración con la Jacobs Foundation, incluimos también la alfabetización en el apoyo ofrecido a los agricultores y sus comunidades, y seguimos trabajando para capacitar a la mujer, prestando ayuda a 1.073 mujeres de Costa de Marfil para realizar actividades que generan ingresos.

### Nuestros objetivos en 2020

- ① Para 2017: Obtener 150.000 t de cacao con el *Nestlé Cocoa Plan*. Todas las cooperativas en Costa de Marfil adoptarán el CLMRS dentro del primer año de su incorporación al *Nestlé Cocoa Plan*.
- ① Para 2018: Abastecemos de 175.000 t de cacao con el *Nestlé Cocoa Plan*.
- ⊕ Para 2020: Abastecemos de 230.000 t de cacao con el *Nestlé Cocoa Plan*.

## Mejorar continuamente nuestra cadena de suministro de café de grano verde

Tenemos que garantizar suministros de café de alta calidad, pero la edad y las enfermedades de los árboles, la disminución del rendimiento, la volatilidad de los precios y el cambio climático amenazan los medios de subsistencia de los pequeños agricultores y la sostenibilidad del sector. Respondemos proporcionando a los agricultores nuevas vías de salida al mercado, plantas resistentes a las enfermedades y asistencia técnica a través del *Nescafé Plan* y el programa de café AAA *Sustainable Quality* de *Nespresso*.

### Nuestros avances

En 2016, *Nescafé* compró 204.163 toneladas de café de grano verde a través de *Farmer Connect*, de las que 180.148 cumplían el estándar 4C, alcanzando, por tanto, el objetivo de compra. *Nespresso* adquirió el 74% de su café con su programa AAA. *Nespresso* adquiere café de una calidad muy concreta a través del programa AAA, a los mismos mismos agricultores cada año. Sin embargo, Brasil está sufriendo desde 2016 su peor sequía en 80 años, lo que está afectando a la producción y a las existencias y está provocando escasez de café AAA para *Nespresso*. Las regiones cafeteras de Colombia también sufrieron una grave sequía en 2016 que redujo hasta mínimos la disponibilidad de materia prima. A estas dificultades se sumó una prolongada huelga de transportes. Por consiguiente, *Nespresso* se vio obligada a comprar café que no era AAA en 2016, aunque con las mismas especificaciones. También distribuimos 28,3 millones de plántulas más fuertes y de mayor rendimiento en 2016, situando nuestra cantidad total en 129 millones.

### Nuestros objetivos en 2020

- ① Para 2020: *Nescafé* se abastecerá de 90.000 toneladas de café que cumplan los principios de la Red de Agricultura Sostenible\*.
- ① Para 2020: *Nescafé* mejorará la calidad, cantidad y sostenibilidad de su cadena de suministro del café distribuyendo 220 millones de plántulas de café.
- ① Para 2020: Adquirir el 100% del café de la gama permanente de *Nespresso* mediante su programa AAA *Sustainable Quality* y mejorar el bienestar social de los agricultores.

## ➤ Ventajas para los inversores

Gracias a nuestros esfuerzos por crear distritos lecheros, somos la primera empresa lechera del mundo. Nuestro programa *Nespresso AAA* nos aporta una diferenciación comercial clara. También nos distinguimos de la competencia por nuestros acuerdos con proveedores de *Nespresso*, que nos han permitido ser la primera empresa en ofrecer café cubano en EE. UU. Nuestras actividades del *Nescafé Plan* y el *Nestlé Cocoa Plan* han reforzado comercialmente estos negocios. Los consumidores desean cada vez más conocer el origen de los productos y nuestros esfuerzos de trazabilidad se lo permiten.

\* En 2017, *Nescafé* revisará este objetivo, incluido cualquier avance relacionado, de manera que se haga un mayor énfasis en conseguir efectos positivos en los cultivadores de café, sus comunidades y sus entornos. Con ello contribuiremos a centrar nuestros esfuerzos en un conjunto claramente definido de impactos sobre la sostenibilidad para cada región productora de café.

## Agua

El agua es un derecho humano universal. Es esencial para toda nuestra cadena de valor: nuestros empleados, los proveedores, los clientes, los consumidores... todos necesitan acceso a agua potable y segura e infraestructuras de saneamiento, al igual que los agricultores con los que trabajamos y las comunidades en las que operamos. Sobre la base de nuestro compromiso con una gestión responsable de este preciado recurso, tratamos de mejorar constantemente la forma en que consumimos, empleamos y tratamos el agua.



Tecnología «cero agua» en acción en la fábrica de *Nescafé Dolce Gusto* en Montes Claros (Brasil).

## Trabajar para lograr un uso de agua eficiente y sostenible en nuestras actividades

El agua es clave para las operaciones y productos de una empresa de nutrición, salud y bienestar como la nuestra. La utilizamos en el lavado y procesamiento de materias primas, así como en equipos de refrigeración y limpieza. Embotellamos agua para ofrecer soluciones de hidratación saludable a nuestros consumidores. A pesar de los muchos avances que hemos realizado en los últimos años, seguimos tratando de consumir, emplear y tratar el agua de forma cada vez más sostenible.

### Nuestros objetivos en 2016

- Para 2016: Definir iniciativas de preservación del agua e iniciar su aplicación en cinco zonas de alta prioridad.
- Para 2016: Lanzar proyectos de ahorro de agua en el 100% de las fábricas de alta prioridad.
- Para 2016: Realizar 45 nuevas revisiones hídricas (Water Resource Reviews, WRR) en fábricas seleccionadas y en todas las fábricas en zonas no urbanizadas.

### Nuestros avances

Lanzamos programas para reducir el consumo de agua, así como para reutilizarla y emplear fuentes alternativas, como el agua de lluvia. Estos esfuerzos nos han permitido reducir el agua empleada por tonelada de producto en un 25% desde 2010. En 2016, se asignaron 31,6 millones de CHF a programas de ahorro de agua. Actualmente desarrollamos 516 proyectos de ahorro de agua en nuestras fábricas y ahorramos 3,7 millones de m<sup>3</sup> de agua al año. Eso equivale al volumen de 1.500 piscinas olímpicas.

Nuestras revisiones hídricas identifican los principales riesgos y oportunidades, y diseñan planes de acción para un uso más sostenible del agua. En 2016, realizamos 22 nuevas revisiones en varios países, como Cuba, EE. UU., Vietnam y Suiza. Ya hemos revisado 158 fábricas en todo el mundo desde que iniciamos las revisiones hídricas hace 10 años, superando así nuestro objetivo. Nestlé Waters, por su parte, ha completado revisiones hídricas en el 100% de sus instalaciones.

Actualizamos anualmente nuestra lista de fábricas de alta prioridad, que son las situadas en zonas con problemas hídricos graves o que representan una parte importante de nuestro consumo anual de agua. En 2016, calificamos 24 fábricas como de alta prioridad y pusimos en marcha proyectos de ahorro de agua en 21 de estas 24 instalaciones.

En 2014, nos convertimos en la primera empresa en aplicar tecnología «cero agua» en una fábrica de Jalisco (México). Repetimos esos esfuerzos en 2015 en Brasil, primero instalando la tecnología en Palmeira das Missões y luego incorporándola al diseño de nuestra fábrica *Nescafé Dolce Gusto* de Montes Claros. Se espera que otras cuatro fábricas de Brasil hayan implantado la tecnología «cero agua» para 2018.



### Nuestros objetivos en 2020

- ⊕ Para 2020: Aplicar directrices detalladas de diligencia debida sobre el derecho humano al agua y las infraestructuras de saneamiento en todos los mercados de Nestlé y las cadenas clave de suministro agrícola.
- ① Para 2020: Reducir el volumen total de agua empleada por tonelada de producto en todas las categorías para lograr una reducción global del 35% desde 2010.
- ⊕ Para 2020: Realizar 40 nuevas revisiones hídricas en fábricas seleccionadas y en todas las fábricas en zonas no urbanizadas.
- ⊕ Para 2020: Lanzar 10 iniciativas nuevas de preservación del agua en zonas seleccionadas, con especial atención a las fábricas de alta prioridad.

## Defender unas políticas y una gestión del agua eficaces

El agua es un recurso compartido. Estamos en una posición privilegiada para protegerlo cuando trabajamos con todos los grupos de interés. Por eso, participamos en iniciativas de gran relevancia para su defensa que nos permiten influir positivamente en las cuestiones relacionadas con el agua en todo el mundo.

### Nuestros objetivos en 2016

- Para 2016: Seguir creando asociaciones público-privadas en el marco del Grupo de Recursos Hídricos 2030, incorporando dos países nuevos cada año, y seguir desarrollando y difundiendo el Catálogo Mundial de Buenas Prácticas.
- Para 2016: Apoyar el lanzamiento de las Directrices para Empresas del Mandato del Agua de los Directores Generales sobre el respeto del derecho humano al agua y las infraestructuras de saneamiento, y ensayar estas directrices en nuestras actividades de diligencia debida relacionadas con el agua en una selección de mercados.
- Para 2016: Colaborar con el Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible (WBCSD) para alcanzar 50 signatarios del Compromiso WASH (Compromiso de Acceso a Agua Potable, Servicios de Saneamiento e Higiene).
- Para 2016: Iniciar el proceso de instauración de la Norma Internacional para la Gestión Sostenible del Agua de la Alianza para la Gestión Sostenible del Agua, aplicándola al menos en cinco centros.
- Para 2016: Trabajar con la Plataforma de Iniciativas para una Agricultura Sostenible y con el Sustainable Food Lab (Laboratorio de Alimentos Sostenibles) para implantar la iniciativa de colaboración denominada Evaluación y Reducción de Riesgos Hídricos en, al menos, un área de abastecimiento de materias primas agrícolas.

### Nuestros avances

Actualmente presidimos el Grupo de Recursos Hídricos 2030 (2030 Water Resources Group), una asociación público-privada que trata de abordar, de aquí a 2030, problemas de oferta y demanda en lugares que sufren problemas hídricos.

Apoyamos el Compromiso del Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible (WBCSD) para lograr que

- Alcanzado
- Aún no alcanzado
- ⦿ En progreso
- ⊕ Nuevo objetivo



tengan acceso a agua potable, servicios de saneamiento e higiene (WASH) todos los empleados. Para garantizar que cumplimos con el Compromiso WASH, evaluamos continuamente nuestras fábricas para identificar y corregir carencias mediante planes de actuación. Hasta la fecha, 43 empresas firmantes han adoptado el Compromiso WASH y garantizan el acceso a agua e infraestructuras de saneamiento para 2,5 millones de empleados.

En 2016 Nestlé, junto con 19 empresas y organismos medioambientales, se convirtió en miembro fundador de la California Water Action Collaborative (CWAC), una plataforma para que colaboren los grupos de interés en proyectos de mejora de la seguridad hídrica en California para las personas, las empresas, la agricultura y la naturaleza. Participamos en dos proyectos de la CWAC para determinar cómo las restauraciones a gran escala pueden mejorar el suministro de agua, y en una iniciativa de colaboración para definir cómo puede el sector privado contribuir a la medición, gestión y preservación necesarias.

#### Nuestros objetivos en 2020

- ⊕ Para 2017: Apoyar al Instituto para los Recursos Mundiales (WRI) en el desarrollo de una metodología de valoración de código abierto para determinar el denominado «coste sostenible del agua».
- ⊕ Para 2020: Seguir creando asociaciones público-privadas en el marco del Grupo de Recursos Hídricos 2030, incorporando un país nuevo cada año.
- ⊕ Para 2020: Apoyar activamente el desarrollo de las redes locales del Mandato del Agua de los Directores Generales en al menos tres mercados de Nestlé.
- ⊕ Para 2020: Seguir apoyando la Norma Internacional para la Gestión Sostenible del Agua (AWS), aplicándola en cinco nuevos emplazamientos.
- ⊕ Para 2020: Aplicar la nueva herramienta de Evaluación del Nivel de Captación y las Explotaciones Agrarias elaborada por la Plataforma de Iniciativas para una Agricultura Sostenible en al menos cinco zonas de suministro agrícola.



#### Hacia un futuro hídrico sostenible en California

Aspiramos a usar de forma responsable el agua, asegurándonos de que se gestiona de forma sostenible y se protege en toda nuestra cadena de valor. La sequía que sufre California y la sostenibilidad a largo plazo de los recursos hídricos son cuestiones clave para nosotros. En calidad de socios de la iniciativa California Water Action Collaborative (CWAC), favorecemos proyectos de acción colectiva con el fin de mejorar la seguridad hídrica de California para las personas, las empresas, la agricultura y la naturaleza. Nestlé Waters Norteamérica apoya proyectos dentro de las tres áreas prioritarias de la CWAC: devolver agua al sistema; crear capital social para reforzar la confianza en los diferentes sectores, e impulsar la gestión del agua en las empresas para adecuarla al plan de acción sobre el agua lanzado por el gobernador de California (Governor's California Water Action Plan).

## Tratar eficazmente el agua que desechamos

Aplicamos las tecnologías y métodos más eficientes para tratar el agua que usamos, antes de reutilizarla o verterla al medio ambiente. Nos comprometemos a tratar las aguas residuales de nuestras operaciones de forma responsable y a respetar requisitos estrictos de calidad en su devolución al medio ambiente. En 2016, reforzamos nuestros ya exigentes Requisitos Medioambientales de Nestlé, que incluyen nuevos parámetros sobre aguas residuales.

### Nuestro objetivo en 2016

- Para 2016: Aplicar los nuevos y reforzados Requisitos Medioambientales de Nestlé (NER) sobre calidad del agua y gestión de aguas residuales en todas las fábricas para contribuir a proteger el medio ambiente.

### Nuestros avances

A finales de 2016, redujimos el volumen de agua vertida por tonelada de producto hasta 1,4 m<sup>3</sup> y mejoramos la calidad media del agua vertida con respecto a 2015 hasta 72 mg de demanda química de oxígeno (DQO) por litro. Durante los últimos 10 años, redujimos el volumen de agua vertida por tonelada de producto en un 55%.

Todas nuestras fábricas o bien tienen su propia planta de tratamiento de aguas residuales in situ o están conectadas a una instalación cercana. Cuando es preciso, invertimos para mantener las plantas conformes con nuestros requisitos. En 2016, destinamos 22,5 millones de CHF a iniciativas para elevar su eficiencia, medidas de conservación y mejoras de las instalaciones, así como a reforzar los requisitos de tratamiento; desde 2010, estas inversiones ascienden a 107 millones de CHF.

Nuestro propósito es reducir la generación de residuos y valorizar los subproductos; en este sentido, más del 96% de los lodos se recupera o reutiliza. Hemos mejorado la formación y los talleres sobre aguas residuales en nuestras operaciones y trabajamos con los grupos de interés para determinar la forma de proteger el medio ambiente.



### Nuestro objetivo

- ⊕ Para 2017: Supervisar la aplicación de los nuevos y reforzados Requisitos Medioambientales de Nestlé sobre calidad del agua y gestión de aguas residuales en todas las fábricas para contribuir a proteger el medio ambiente.



## Mejorar el acceso a agua potable en toda nuestra cadena de suministro

Desde 2002, colaboramos con la Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y la Media Luna Roja (IFRC) para mejorar el acceso a agua potable, infraestructuras de saneamiento e higiene en comunidades rurales de nuestra cadena de suministro en África. En la región productora de cacao de Costa de Marfil, lanzamos actividades de concienciación en materia de salud e higiene, tales como: vigilancia y mejora de la calidad del agua y sus infraestructuras; creación o renovación de instalaciones de saneamiento; y concienciación mediante programas de información sobre higiene en aldeas y escuelas. En 2016, desarrollamos un plan para continuar con los proyectos en Costa de Marfil, al tiempo que ayudamos a la IFRC a poner en marcha actividades WASH en Ghana.



## Colaborar con los proveedores, especialmente los agrícolas

Nuestra mayor oportunidad para reducir el uso del agua reside en abordar los efectos de nuestra cadena de suministro agrícola. Puede mejorarse considerablemente el uso y ahorro de agua mediante la introducción de mejores técnicas agrícolas en las explotaciones agrarias.

### Nuestros avances

Damos prioridad a la formación para agricultores en materia de uso y calidad del agua y humedad del suelo. Nuestros equipos de I+D ayudan a escoger y suministrar árboles de cacao y café resistentes a la sequía. Con el programa SAIN (*Iniciativa de Nestlé para una Agricultura Sostenible*), organizamos talleres regionales para agricultores sobre cuestiones esenciales de gestión del agua, como la resistencia a la sequía y las inundaciones, el tratamiento de aguas residuales y residuos orgánicos, y los métodos de intensificación de explotaciones agrarias. Estamos poniendo en marcha planes de acción relacionados con la gestión del agua en zonas productoras de café, azúcar, productos lácteos, arroz y cereales con problemas hídricos.

### Nuestro objetivo en 2020

- ⊕ Para 2020: Aplicar los planes diseñados para mejorar la gestión del agua en la cadena de suministro de café, azúcar, productos lácteos y cereales en zonas prioritarias.

## Concienciar sobre la conservación del agua y mejorar el acceso a agua e infraestructuras de saneamiento en toda nuestra cadena de valor

Trabajamos con socios expertos para mejorar el acceso a agua e infraestructuras de saneamiento en toda nuestra cadena de valor. Respaldamos iniciativas educativas para ayudar a empleados, comunidades, proveedores y consumidores a tomar decisiones bien informadas sobre las formas de preservar el agua.

### Nuestro objetivo en 2016

- Para 2016: Beneficiar a 350.000 habitantes de comunidades locales con proyectos de acceso al agua, servicios de saneamiento e higiene alrededor de nuestras fábricas y en las principales cadenas de suministro agrícola.

### Nuestros avances

Colaboramos con la Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y la Media Luna Roja (IFRC) de África desde 2002 para mejorar el acceso al agua potable, las infraestructuras de saneamiento y la higiene de las comunidades rurales.

Respaldamos la Iniciativa Mundial de Agua y Saneamiento de la IFRC, cuyo objetivo es proporcionar agua potable y servicios de saneamiento a 30 millones de personas en todo el mundo para 2030. En 2016, concluimos la cuarta fase de actividades en Costa de Marfil, al tiempo que apoyamos a la IFRC en su inicio de actividades WASH en Ghana. La finalidad del proyecto de acceso a agua, servicios de saneamiento e higiene sostenibles de Ghana (Gha-WASH) es proporcionar acceso a WASH a las poblaciones rurales de la región oriental y de Ashanti para 2017. Asimismo, inauguramos una nueva unidad de producción de agua en Pakistán.

### Nuestros objetivos en 2020

- Para 2017: Poner en marcha en las instalaciones de Nestlé todos los planes de acciones correctivas derivados de la implantación mundial de la autoevaluación del Compromiso WASH del WBCSD sobre agua potable, infraestructuras de saneamiento y de higiene en el lugar de trabajo.
- ⊕ Para 2020: Beneficiar a 600.000 habitantes de comunidades locales con proyectos de acceso a agua, servicios de saneamiento e higiene alrededor de nuestras fábricas y en las principales cadenas de suministro agrícola.

## Ventajas para los inversores

**Ahorramos costes al hacer un uso más eficiente del agua. El invertir en fábricas «cero agua» puede ayudarnos a evitar futuras reubicaciones costosas. Proteger los recursos hídricos ayuda a proteger el futuro de nuestro negocio Nestlé Waters y a asegurar que el abastecimiento de materias primas sigue siendo competitivo. Aplicar prácticas WASH puede ejercer un impacto positivo en la productividad al mejorar la salud y el bienestar de nuestros empleados y comunidades, y reducir las jornadas laborales perdidas.**

## Sostenibilidad medioambiental

Como empresa líder en nutrición, salud y bienestar, Nestlé puede ayudar a definir un consumo sostenible y a gestionar los recursos de las generaciones futuras. Nos fijamos compromisos y objetivos con vistas a un progreso real: desde el uso de recursos renovables y gestionados de forma sostenible hasta operaciones más eficientes, y desde el trabajo en pos de nuestro objetivo de «cero residuos» hasta la lucha contra el cambio climático.

Esto era una cápsula de café...  
Una cápsula de *Nespresso* recon-  
vertida en un objeto icónico.





## Liderar los esfuerzos en torno al cambio climático

El cambio climático ya está afectando al sector de los alimentos y las bebidas. Nuestra industria depende de un suministro sostenible de materias primas seguras. El cambio de los patrones meteorológicos altera los modos y los lugares de los que obtenemos nuestros ingredientes, lo que afecta a la seguridad alimentaria. Creemos que, tras el Acuerdo de París de 2016, se ha vuelto imperativo reducir las emisiones de gases con efecto invernadero (GEI) a escala mundial. Nos hemos comprometido a seguir reduciendo las emisiones en toda nuestra cadena de valor, al tiempo que reforzamos nuestra cadena de suministro y ayudamos a los agricultores con los que trabajamos a ser menos vulnerables al cambio climático.

### Nuestros objetivos en 2016

- Continuo: Como miembro de la RE100, contratar el 100% de nuestra electricidad de fuentes renovables dentro del plazo más breve posible.
- Para 2016: Todas las nuevas cámaras congeladoras de helados, verticales y horizontales, usarán refrigerantes naturales.
- Para 2016: Ampliar el uso de refrigerantes naturales, que no dañan la capa de ozono y tienen un efecto insignificante en el cambio climático, en los sistemas de refrigeración industrial.

### Nuestros avances

En los 10 últimos años hemos hecho avances reales: hemos reducido un 39% las emisiones directas de GEI por tonelada de producto, a pesar de haber aumentado la producción un 46%. Estamos en camino de alcanzar nuestro objetivo con base científica para 2020, ya que hemos reducido las emisiones de GEI (Alcances 1 y 2) por tonelada de producto en todas las categorías y hemos conseguido una reducción global del 22% en las operaciones de fabricación desde 2010.

Pudimos lograr esas reducciones ahorrando energía, mejorando la eficiencia operativa y cambiando a combustibles más limpios, incluidas las energías renovables. La energía renovable representa actualmente un 17% del total de la energía utilizada en nuestras fábricas, y un 29,6% (8,1 petajulios) de la electricidad que compramos es de origen renovable.

Tratamos de garantizar el aprovechamiento de los vehículos, mejorando la eficiencia de nuestro transporte y reduciendo los trayectos innecesarios. También hemos

rediseñado varias redes de distribución locales para aumentar su eficiencia. Estamos avanzando adecuadamente hacia nuestro objetivo, ya que en 2015\* hemos reducido un 2,7% las emisiones en nuestras operaciones de distribución respecto al nivel de referencia de 2014. Ese porcentaje equivale a evitar 6.600 toneladas de GEI, o a retirar 1.400 coches de las carreteras. Además, no dejamos de buscar formas de reducir el consumo de energía en nuestros almacenes mejorando la iluminación, los sistemas de calefacción y refrigeración, el aislamiento y los movimientos internos.

Estamos retirando gradualmente los refrigerantes sintéticos con alto potencial de calentamiento global y destrucción de ozono, como los HFC, y hemos invertido 299 millones de CHF desde 1992 para sustituirlos por alternativas naturales en los sistemas de refrigeración industrial. Hemos aumentado el uso de refrigerantes naturales instalando 47 nuevos sistemas de refrigeración. El Grupo Nestlé ha sido reconocido como un líder mundial en la lucha contra el cambio climático, tras ganarse un puesto en la Lista A del Clima de CDP y la 1.ª posición en el Índice Dow Jones de Sostenibilidad Medioambiental (DJSI) de 2016, con una notable puntuación de 100 en el apartado de «Medio ambiente y cambio climático».

### Nuestros objetivos en 2020

- Para 2020: Todas las máquinas dispensadoras de bebidas frías de Nestlé Profesional usarán refrigerantes naturales.
- Para 2020: Reducir las emisiones de GEI (Alcances 1 y 2) por tonelada de producto en todas las categorías para lograr una reducción global del 35% en las operaciones de fabricación frente a 2010.
- Para 2020: Reducir las emisiones de GEI un 10% en las operaciones de distribución frente a 2014.
- Para 2020: Reducir las emisiones de GEI un 10% frente a 2014 en nuestros 100 almacenes principales.
- ⊕ Para 2020: Ampliar el uso de refrigerantes naturales, que no dañan la capa de ozono y tienen un efecto insignificante en el cambio climático, en los sistemas de refrigeración industrial.

\* Estos datos están basados en los volúmenes cubiertos por los informes: los últimos datos disponibles son de 2015. Los datos de 2016 se publicarán el próximo año.

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

Creemos que nuestra posición nos permite demostrar liderazgo en el ámbito del cambio climático. Nuestro objetivo es asegurar la continuidad de nuestro negocio y nuestra cadena de suministro al tiempo que protegemos el planeta. Por ello, seguiremos trabajando con los grupos de interés para encontrar soluciones a unos problemas medioambientales agravados por el cambio climático.

### Nuestro objetivo en 2016

- Para 2016: Proporcionar información relacionada con el cambio climático en nuestro «Informe Anual» utilizando el *Marco de Información sobre Cambio Climático* desarrollado por el Consejo de Normas de Información sobre el Clima.

### Nuestros avances

Nestlé dirige y participa activamente en varias iniciativas que se ajustan a nuestros compromisos explícitos. Esas iniciativas reflejan nuestro respeto por la sociedad, el medio ambiente y las generaciones futuras. Consequimos nuestro objetivo informando sobre el cambio climático en nuestro «Informe Anual», utilizando el *Marco de Información sobre Cambio Climático*.

En 2016 nos incorporamos a la iniciativa Feed the Future for Climate Smart Cocoa, cuyo objetivo es ayudar a los pequeños productores de cacao de Ghana y Costa de Marfil para que adopten prácticas agrícolas que compensen los problemas planteados por el cambio climático.

Nuestros esfuerzos siguen estando en consonancia con las seis iniciativas de acción sobre el clima de CDP, centradas en objetivos de reducción de GEI con base científica, electricidad de fuentes renovables, deforestación, información sobre cambio climático, participación en políticas de cambio climático y precios del carbono.

Tras analizarlo cuidadosamente, hemos ampliado nuestro objetivo para implantar la *Guía de Responsabilidad Empresarial en Política Climática* hasta 2020.

### Nuestro objetivo en 2020

- ⊕ Para 2020: Implementar la *Guía de Responsabilidad Empresarial en Política Climática* elaborada por CDP, el Pacto Mundial de la ONU, Ceres, The Climate Group, el Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF) y el Instituto para los Recursos Mundiales (WRI).

## Reducir las pérdidas y desperdicios de alimentos

La FAO calcula que casi un tercio de los alimentos para consumo humano se desperdicia. Este desperdicio tiene un coste social, medioambiental y económico tangible: para producirlo se emplea un 24% de toda el agua utilizada en la agricultura, causa un 8% de las emisiones de GEI generadas por humanos y cuesta a consumidores, agricultores y empresas hasta 950.000 millones de CHF al año. Nos hemos comprometido a contribuir a la reducción de las pérdidas y desperdicios de alimentos. En 2016, nuestro Consejero Delegado, Paul Bulcke, se unió a Champions 12.3: una coalición de personas influyentes del sector público, el mundo empresarial y las organizaciones no gubernamentales (ONG) dedicada a acelerar los avances hacia el objetivo de reducir los residuos alimentarios a la mitad de aquí a 2030. La participación en esa iniciativa nos ayudará a contribuir a una economía circular y nos permitirá garantizar nuestros suministros agrícolas.

### Nuestros avances

Contribuimos activamente al desarrollo de la norma contable y de información financiera sobre pérdidas y desperdicios de alimentos (Food Loss and Waste Accounting and Reporting Standard) impulsada por el WRI. Participamos en su lanzamiento en el Global Green Growth Forum en junio de 2016. Hemos ensayado la aplicación de la norma en nuestra cadena de suministros lácteos de Pakistán, y, para fomentar un uso más amplio, llevamos a cabo un taller de formación en la primera Cumbre de Sostenibilidad del Foro de Bienes de Consumo junto al WRI en octubre de 2016.

Nos proponemos cumplir nuestro objetivo de «cero residuos» con una serie de medidas dirigidas a evitar la generación de desechos. Nuestro enfoque reside en la eficiencia operativa, la calidad y la productividad: hacer más y hacerlo bien desde el principio con menos recursos. Al finalizar 2016, 182 de nuestras fábricas (39%) lograron el nivel de «cero residuos» a vertedero; desde 2006, la reducción ha sido de un 77% (105.000 toneladas), equivalente a una reducción del 82% por tonelada de producto.

### Nuestros objetivos en 2020

- Continuo: Como miembro de Champions 12.3, acelerar los avances para reducir el desperdicio de alimentos a la mitad en 2030.
- Para 2020: Alcanzar «cero residuos» a vertedero en nuestros centros.
- ⊕ Para 2020: Hacer etiquetas con fechas de caducidad comprensibles para los consumidores a fin de reducir el desperdicio de alimentos en la fase de consumo.



### Úsalo, no lo tires

En nuestra fábrica de *Nescafé* en Orbe (Suiza), el marro de café usado se incinera para generar vapor, transformando así lo que podría haber sido un residuo en energía. El vapor generado se emplea en las diferentes etapas del proceso de elaboración de los productos *Nescafé* (p. ej. la extracción y la evaporación) y reduce enormemente la dependencia del gas natural. Actualmente, en las actividades de Nestlé en todo el mundo existen 22 fábricas que utilizan el marro de café como combustible renovable.

- Alcanzado
- Aún no alcanzado
- ⌚ En progreso
- ⊕ Nuevo objetivo



## Desarrollar envases más respetuosos con el medio ambiente

Nuestro envasado es crucial para evitar residuos alimentarios, garantizar nuestras estrictas normas de calidad e informar a los consumidores. El envasado es una actividad en la que pueden realizarse cambios. Buena parte de nuestro esfuerzo se dirige hacia el eco-diseño y una mejor gestión de los residuos de envasado para favorecer la economía circular y abordar la contaminación marina. Realizamos evaluaciones del ciclo de vida (ACV) para mejorar los aspectos medioambientales de nuestros envases.

### Nuestros avances

Con nuestro proceso de eco-diseño eficiente, casi hemos alcanzado nuestro objetivo de reducción de envases para 2017 con un año de antelación: en 2016 evitamos utilizar 22.525 t de material de envasado, lo que supone un ahorro de 43,3 millones CHF y 430.893 t de CO<sub>2</sub>eq, o el equivalente a retirar 91.679 vehículos de las carreteras cada año. Hemos ajustado y ampliado este objetivo sobre envases desde 2017 hasta 2020.

Seguimos optimizando nuestros envases de acuerdo con nuestra «Política de Sostenibilidad Medioambiental» a fin de mejorar sus aspectos medioambientales, incluidos los efectos del transporte. En este momento, un 34,9% del material de envasado se obtiene de materiales renovables. Solo se pueden recuperar los residuos cuando existe una infraestructura de gestión de residuos adecuada. Por lo tanto, nos centramos en este tema e impulsaremos iniciativas que mejoren la gestión terrestre de residuos de envasado para, en última instancia, prevenir la contaminación de los océanos. Animamos a los consumidores, mediante las etiquetas de nuestros envases, a reciclar el plástico y otros materiales.

### Nuestros objetivos en 2020

- ① Para 2017: Seguir analizando y optimizando de forma sistemática nuestra cartera de envases, evitando el uso de al menos 100.000 toneladas de material de envasado de 2015 a 2017.
- ⊕ Para 2020: Seguir analizando y optimizando de forma sistemática nuestra cartera de envases, evitando el uso de al menos 140.000 toneladas de material de envasado de 2015 a 2020.
- ⊕ Para 2020: Constituir alianzas con grupos de interés pertinentes para abordar la gestión de residuos de envases y la contaminación marina en 10 mercados.

## Evaluar y reducir el impacto medioambiental de nuestros productos

Nuestras evaluaciones del ciclo de vida nos permiten centrarnos en la preservación del agua, el uso eficiente de los recursos naturales, la protección de la diversidad, la reducción de las emisiones atmosféricas, la adaptación al cambio climático y la reducción de residuos.

### Nuestros avances

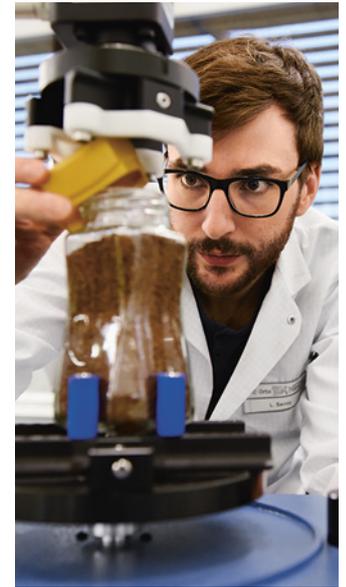
Nuestra herramienta de eco-diseño (EcodEX), que ayuda a evaluar los efectos medioambientales con más rapidez y en una fase mucho más temprana del desarrollo, ya se ha implantado en toda nuestra organización de I+D. Compartimos internamente los datos generados por las ACV a través los Perfiles de Sostenibilidad de Categorías de Nestlé, donde se resumen las áreas de impacto medioambiental significativo (o «puntos conflictivos») y cómo vamos a mejorar los resultados a lo largo de la cadena de valor. A finales de 2016, habíamos evaluado 6.641 proyectos y 19.297 escenarios mediante herramientas de eco-diseño, y habíamos publicado perfiles de sostenibilidad en 19 categorías.

Trabajamos con organizaciones externas para seguir desarrollando las bases de datos sobre las que se sustenta EcodEX, sobre todo en lo que respecta a las materias primas. A nivel interno, expertos de nuestras Redes de Sostenibilidad mediante el Diseño no dejan de buscar formas de integrar la sostenibilidad en las primeras fases del desarrollo de los productos.

Participamos activamente en la iniciativa piloto Huella Ambiental de Productos (PEF) de la UE y estamos presentes en su Comité de Dirección y en tres proyectos piloto de agua embotellada, café y alimentos para mascotas. Seguimos apoyando el desarrollo de una base de datos mundial de ACV para que el sector alimentario pueda disponer de conjuntos de datos sólidos y fiables, y acogemos con agrado su inclusión en estudios que cumplen la PEF de la UE.

### Nuestros objetivos en 2020

- ① Para 2017: Identificar o actualizar y abordar «puntos conflictivos» de sostenibilidad en 15 categorías de producto.
- ① Para 2017: Ampliar el alcance de las bases de datos sobre materias primas agrícolas que utilizamos en EcodEX.
- ⊕ Para 2020: Identificar, actualizar y abordar «puntos conflictivos» de sostenibilidad en 20 categorías de producto.



## Optimizar el diseño de los envases

El diseño de los envases tiene una gran influencia en los aspectos medioambientales a lo largo del ciclo de vida de los productos. Envasar demasiado un producto puede generar residuos, mientras que no envasarlo lo suficiente lo expone a daños o contaminación, lo que provoca que se desperdicien alimentos. Encontrar el equilibrio adecuado puede ser un ejercicio complejo, pero sus resultados merecen la pena. También estamos estudiando el uso de materiales innovadores para mejorar aún más nuestro rendimiento medioambiental.

## Facilitar el diálogo y la información medioambiental relevante y precisa

Creemos que es más probable que la gente adopte comportamientos más sostenibles si recibe acceso a información clara, pertinente y con base científica. Nuestro propósito es animar a las personas para que vivan de un modo más sostenible, por ejemplo haciéndoles participar en el reciclaje y reduciendo su consumo de energía y recursos naturales.

### Nuestros avances

Nuestras ACV nos proporcionan una visión clara de los efectos medioambientales de nuestros productos. Utilizamos los resultados de las ACV para informar a los consumidores y otros grupos de interés. También les aconsejamos sobre modos de evitar el desperdicio de alimentos y de reutilizar, reciclar o desechar envases. Destacamos los aspectos de sostenibilidad medioambiental de muchos de nuestros productos incidiendo en los ingredientes, los métodos de producción y el cumplimiento de normas, lo que incluye nuestras «Directrices de Abastecimiento Responsable».

Colaboramos con grupos de interés internos y externos para garantizar que comunicamos información pertinente con base científica. En 2016, suministramos información a los consumidores y otros grupos de interés mediante nuestros envases, las páginas web de nuestras marcas y nuestras web corporativas en 131 países. Hemos incorporado códigos QR (respuesta rápida) a los envases en 50 países que permiten acceder a sitios web para móviles que ofrecen contenidos amenos relacionados.

### Nuestro objetivo en 2020

- ⊕ Para 2020: Ofrecer a los consumidores más información medioambiental objetiva y más coherente en nuestros canales digitales, entre otros.

## Conservar el patrimonio natural, incluidos los bosques

Somos conscientes de que nuestro éxito a largo plazo depende del patrimonio natural, y especialmente de los bosques, la tierra, los suelos y el agua. Nuestro objetivo es desarrollar nuestro negocio y operaciones de un modo que proteja el patrimonio natural, actuando como gestores responsables de los recursos naturales, sobre todo en lo relativo a la conservación del agua, el objetivo «cero deforestación neta» en 2020, la gestión del suelo y la conservación de la biodiversidad.

### Nuestro objetivo en 2016

- Para 2016: Evaluar un 40% del volumen de nuestras 12 materias primas clave con nuestras «Directrices de Abastecimiento Responsable», con resultados satisfactorios, o lanzar planes de mejora para conservar el patrimonio natural.

### Nuestros avances

Seguimos implantando nuestras «Directrices de Abastecimiento Responsable» en las cadenas de suministro de nuestras 12 materias primas clave. Abordamos de forma proactiva la deforestación en categorías que consideramos críticas, como el aceite de palma, la soja, la pasta de celulosa y el papel. Trabajamos con los proveedores en la revisión de sus suministros, evaluamos su desempeño y apoyamos actividades de mejora. Otras categorías, como la carne, los lácteos, los cereales, el cacao y el café, pueden plantear cuestiones específicas, en función del lugar donde se cultiven, que se abordan según el caso.

Como miembro de la Natural Capital Coalition, Nestlé aplicó su protocolo de patrimonio natural (Natural Capital Protocol) en 2016 en su división *Nespresso*. Este protocolo ayuda a las organizaciones a evaluar su dependencia de la naturaleza y su impacto sobre ella.

### Nuestro objetivo en 2020

- ⊕ Para 2020: Evaluar el 70% del volumen de nuestras 12 materias primas clave con nuestras «Directrices de Abastecimiento Responsable», con resultados satisfactorios, o lanzar planes de mejora para conservar el patrimonio natural.

## ↑ Ventajas para los inversores

**Nuestros esfuerzos en materia de sostenibilidad medioambiental nos permiten generar ingresos adicionales satisfaciendo las demandas de los consumidores, especialmente los *millennials*, que cada vez exigen más productos sostenibles. Además, estos esfuerzos ofrecen oportunidades de ahorro de costes al mejorar nuestra eficiencia a la hora de usar los recursos (incluidas las materias primas y el material de envasado, la energía y el agua) y evitar los residuos. La inversión en adaptación y mitigación del cambio climático en nuestro abastecimiento de materias primas debería ayudarnos a satisfacer las demandas de los consumidores en el futuro.**

## Nuestros empleados, derechos humanos y cumplimiento

Somos una empresa de gran diversidad, con 328.221 empleados y operaciones en 119 países. Nuestros valores se basan en el respeto: por nosotros mismos, por los demás, por la diversidad y por el futuro. Nuestra prioridad es ofrecer unas condiciones laborales adecuadas y preservar la seguridad, la salud y el compromiso de nuestros empleados. También tenemos la responsabilidad de respetar y promover los derechos humanos en nuestra cadena de valor y desarrollar nuestra actividad conforme a las normas éticas más estrictas.



Suleman Bariso, un joven refugiado etíope contratado en el marco de nuestra iniciativa *Nestlé Helps*, trabajando en la fábrica de preparados para lactantes de Biessenhofen (Alemania).

## Evaluar y abordar cuestiones de derechos humanos en nuestras actividades empresariales

El respeto de los derechos humanos es prioritario en nuestro negocio. Revisamos y evaluamos continuamente los riesgos de derechos humanos en nuestras actividades e intentamos impedir y corregir los impactos negativos que podemos causar en los derechos de nuestros empleados, nuestros socios o las personas con las que interactuamos en la cadena de valor. Con nuestro Programa de Diligencia Debida de Derechos Humanos identificamos y gestionamos las cuestiones destacadas de derechos humanos (aquellas con riesgo de impacto negativo más grave por actividades y relaciones comerciales de la empresa) e informamos de nuestros progresos según el Marco de Información de los Principios Rectores de la ONU.

### Nuestro objetivo en 2016

- Para 2016: Desarrollar planes de acción y objetivos para cada riesgo de derechos humanos identificado como destacado.

### Nuestros avances



Seguimos trabajando para cumplir nuestro objetivo de 2015 de formar y cubrir a todos nuestros empleados de países sensibles según el FTSE4Good. Tras nuestra adopción del Marco de Información de los Principios Rectores de la ONU sobre las empresas y los derechos humanos, desarrollamos planes de acción y objetivos para siete de los once temas destacados. En 2016 se realizó una nueva evaluación de impacto de los riesgos de derechos humanos en Egipto.

Seguimos centrados en combatir el trabajo infantil, haciendo hincapié en identificar y corregir sus causas subyacentes.

Este año, implementamos nuestro plan de acción para el marisco procedente de Tailandia con medidas para proteger a los trabajadores de posibles abusos identificados en la cadena de valor. Seguimos trabajando con el gobierno tailandés y otros

grupos de interés clave para hacer frente a ese problema.

En respuesta a la ley británica sobre formas modernas de esclavitud (*Modern Slavery Act*) de 2015, Nestlé UK presentó un informe detallado sobre las formas modernas de esclavitud y el tráfico de seres humanos. El informe subrayaba los mecanismos que hemos implantado, así como las medidas tomadas, para combatir la esclavitud y todas las formas de explotación laboral de seres humanos en nuestras cadenas de suministro.

En 2016, seguimos trabajando en nuestro objetivo de 2015 para garantizar que todos los países sensibles según el FTSE4Good en los que operamos cuentan con políticas de derechos humanos y que nuestros empleados reciben formación para reducir este riesgo en nuestras operaciones. En total, doce de estos trece países están ya cubiertos por evaluaciones de impacto.

### Nuestros objetivos en 2020

- ⊕ Para 2017: Reforzar la incorporación de los derechos humanos a las normas existentes, los protocolos de auditoría y los procedimientos de revisión, en especial respecto a: nuestras instalaciones, ya sean emplazamientos nuevos o existentes; las comunidades locales; nuestros socios comerciales, como distribuidores locales, fabricantes asociados, empresas conjuntas, etc.; y las operaciones de fusión y adquisición.
- Para 2018: Realizar seis nuevas evaluaciones de impacto de los riesgos de derechos humanos en países donde tenemos una presencia importante.
- ⊕ Para 2019: Tener implantada una estructura de gobierno corporativo funcional en todos los mercados que vigile los riesgos y las oportunidades en materia de derechos humanos.
- ⊕ Para 2020: Formar a todos los empleados de Nestlé en derechos humanos.

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

Nestlé busca mejorar los medios de subsistencia de los trabajadores a través de su cadena de suministro y proteger los derechos laborales. Existen varias cuestiones destacadas en materia de derechos laborales y estamos desarrollando planes de acción que nos permitan identificar y corregir sus causas últimas. Para nosotros es una absoluta prioridad proteger a los niños y nuestro Sistema de Seguimiento y Erradicación del Trabajo Infantil (CLMRS) es un importante programa para atajar este problema y ayudar a los hijos de los agricultores y trabajadores.

### Nuestro objetivo en 2016

- Para 2016: En colaboración con socios externos, desarrollar una hoja de ruta sobre derechos laborales en las cadenas de suministro agrícolas, abordando las cuestiones destacadas (como trabajo infantil, libertad de asociación y negociación colectiva, trabajo forzado, salud y seguridad, salario mínimo, alojamiento de los trabajadores y necesidades de servicios básicos, jornada laboral) en todos los países proveedores de materias primas clave.

### Nuestros avances

Seguimos desplegando nuestro CLMRS, que está activo en nuestra cadena de suministro de cacao en Costa de Marfil. En 2016, el CLMRS se amplió a 29 cooperativas nuevas, situando el total en 69. Supervisaremos de cerca sus resultados a lo largo del año y elaboraremos un importante informe sobre nuestras principales conclusiones y puntos de aprendizaje referentes al trabajo infantil en 2017. Asimismo, extendimos el sistema a Ghana en 2016.

Se realizaron nuevas auditorías sobre trabajo infantil en nuestras cadenas de suministro de azúcar y marisco. También iniciamos un programa de evaluaciones agrarias en nuestra cadena de suministro de cereales, cuyos resultados estarán disponibles el próximo año.

Se detectó un aumento de los niños que trabajan cosechando la avellana, posiblemente debido al creciente número de refugiados sirios que se trasladan a Turquía. Entre otras medidas correctivas, se retiró a los niños de la cadena de suministro y se les reintegró en el sistema educativo. Seguimos trabajando con socios clave para abordar estos problemas.

- Alcanzado
- Aún no alcanzado
- ◐ En progreso
- ⊕ Nuevo objetivo



En nuestra cadena de suministro de vainilla de Madagascar, nos comprometimos con un segundo proveedor, Mané, a incrementar las actuaciones sobre el terreno para luchar contra el trabajo infantil.

El problema de los trabajadores emigrantes y sus efectos sobre el trabajo infantil resultó especialmente evidente en 2016, con el acusado aumento de trabajadores emigrantes procedentes de Siria y sur de África. Conociendo el modo en que se contrata a los trabajadores de estos y otros países, podemos comprender mejor las causas últimas del trabajo infantil.

A partir de las auditorías realizadas, también nos dimos cuenta de que el sistema de auditorías ya no era apropiado para abordar las causas últimas. Actualmente trabajamos con la Fair Labor Association (FLA) para identificar e implantar nuevos modos de actuación que sean más efectivos para permitirnos abordar dichas causas.



69

cooperativas del cacao cubiertas por el Sistema de Seguimiento y Erradicación del Trabajo Infantil (CLMRS)

#### Nuestros objetivos en 2020

- ⊕ Para 2017: Publicar la hoja de ruta con prioridades claras para cada cuestión destacada en materia de derechos laborales.
- ⊕ Para 2018: Empezar a informar sobre el número de trabajadores de las cadenas de suministro agrícola que se han beneficiado de nuestras intervenciones en una selección de cuestiones destacadas relacionadas con los derechos laborales.
- ⊕ Para 2020: Empezar a informar sobre el número de trabajadores de las cadenas de suministro agrícola que se han beneficiado de nuestras intervenciones en todas las cuestiones destacadas relacionadas con los derechos laborales.

## Promover una cultura de integridad en toda la organización

Este compromiso sustituye y refuerza nuestros compromisos anteriores de trabajar contra el soborno y la corrupción.

Nestlé se opone firmemente al soborno y la corrupción y no toleraremos esas prácticas en nuestras operaciones. Nuestra postura en esos temas se establece claramente en nuestro «Código de Conducta Empresarial». Nuestro Programa Anticorrupción se aplica en todos los mercados y negocios y se imparte un curso de cumplimiento en línea para garantizar que todos los empleados sepan lo que se espera de ellos.

#### Nuestro objetivo en 2016

- Para 2016: Adoptar procedimientos locales de aplicación de las políticas anticorrupción en aquellos mercados y empresas donde es necesario un mayor refuerzo.

#### Nuestros avances

En 2016, nos centramos en desarrollar políticas anticorrupción en nuestros mercados para asegurar que las iniciativas corporativas funcionan localmente. Se pidió a todos los mercados que revisaran sus políticas existentes y las reforzaran en caso necesario. Para finales de 2016, 33 mercados habían constatado la necesidad de mejorar sus políticas y establecieron directrices más estrictas que nos permitirán alcanzar nuestro objetivo.

Se ofrece formación a los empleados que trabajan en mercados o funciones expuestos a este riesgo o para quienes se considera necesario. En 2016, 36.524 empleados recibieron formación en materia de lucha contra la corrupción.

Nuestro programa CARE utiliza evaluaciones independientes para medir el cumplimiento en materia de derechos humanos y prácticas laborales, integridad empresarial, seguridad y salud, sostenibilidad medioambiental y seguridad. En 2016, realizamos 235 auditorías CARE, que identificaron 130 carencias que requieren medidas. De estas, se han remediado 60 y el resto está en proceso de corrección.



36.524

empleados formados en materia de lucha contra la corrupción

#### Nuestros objetivos en 2020

- Para 2017: Los empleados con ordenadores deberán finalizar el proceso de formación por Internet sobre cumplimiento iniciado en 2015. Los mercados deberán confirmar que se aplican las principales prácticas corporativas de cumplimiento y definir áreas de mejora.
- ⊕ Para 2018: Lanzar en los mercados un plan de comunicación sobre cumplimiento que siga reforzando la actitud en la alta dirección y las denuncias. Mejorar la auditoría CARE sobre derechos humanos y definir calendarios para los centros de Nestlé con el nuevo protocolo.
- ⊕ Para 2019: Reforzar en los mercados el cumplimiento como responsabilidad de la dirección mediante el conjunto de herramientas corporativas para formar a los directivos en integridad empresarial.
- ⊕ Para 2020: Realizar una revisión proactiva de nuestras actividades y políticas de cumplimiento a la luz de la evolución de nuestra cartera de productos.

## Garantizar que todos los empleados de Nestlé estén cubiertos por un sistema de gestión de salud y seguridad certificado

Nestlé trabaja para crear una cultura en la que la salud y seguridad sean nuestras máximas prioridades, y nuestro objetivo es alcanzar cero lesiones y enfermedades laborales. Nuestra nueva «Hoja de Ruta sobre Salud y Seguridad» nos ayuda a avanzar hacia este objetivo. También ayudamos a los empleados a tomar decisiones más informadas sobre su salud.

### Nuestro objetivo en 2016

- Para 2016: Garantizar que existen sistemas sólidos de gestión de la seguridad y la salud con la certificación OHSAS 18001:2007 que cubran a todos los empleados, de modo que se disfrute de un nivel uniforme de seguridad y protección de la salud en todos los negocios.

### Nuestros avances



Nuestra «Hoja de Ruta sobre Salud y Seguridad» se actualizó en 2016 para establecer nuestras prioridades de alto nivel hasta 2018:

- Participación de todos;
- Control de los principales riesgos;
- Pasión por la nutrición, la salud y el bienestar; y
- Procesos de gestión.

La hoja de ruta guiará nuestra planificación para alcanzar nuestros objetivos.

A finales de 2016, el 79% de nuestros empleados (sin contar los empleados de Nestlé Skin Health) estaba cubierto por sistemas de gestión de salud y seguridad con certificación BS OHSAS 18001. Nuestro equipo de Recursos Humanos impulsa el programa *Safety and Health beyond Operations* (Salud y Seguridad más allá de las Operaciones), ayudando a mejorar el cumplimiento en funciones de ventas y administrativas. Para capacitar a nuestros directivos, hemos introducido programas de formación de ejecutivos. También hemos observado una creciente adopción del «Marco de Salud para Empleados» de Nestlé en todos los mercados, lo que nos ayuda a estructurar y centrar los esfuerzos actuales, fomentar buenas prácticas y orientar los cambios futuros.

## Mejorar la igualdad entre hombres y mujeres en nuestra plantilla y capacitar a las mujeres en toda la cadena de valor

Creemos que la diversidad en nuestra empresa y en toda nuestra cadena de suministro es un activo real: nos centramos especialmente en la igualdad entre hombres y mujeres y en capacitar a las mujeres. Nuestra iniciativa de igualdad entre hombres y mujeres se diseñó para mejorar dicho equilibrio en todos los niveles, especialmente en los altos ejecutivos y los equipos de dirección. En nuestras cadenas de suministro, impulsamos y respaldamos iniciativas para dar a las mujeres mayor voz e independencia económica.

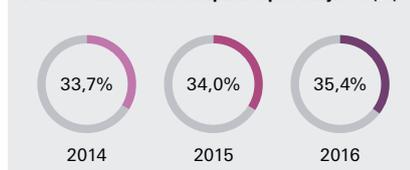
### Nuestros avances

Estamos en camino de alcanzar nuestros objetivos. En 2016, lanzamos nuestro «Marco de Diversidad e Inclusión», que establece nuestros argumentos empresariales para una estrategia que tendrá impacto en la innovación, la sociedad y la cultura. El Marco abarca todas las áreas de la diversidad. Nuestra gran prioridad sigue siendo la igualdad entre hombres y mujeres, complementada con esfuerzos en materia de diversidad, como la inclusión de personas con discapacidades, el trabajo intergeneracional y la multiculturalidad.

A finales de 2016, 3.779 empleados de toda la empresa han recibido formación sobre sesgos inconscientes, la cual se ha incorporado a varios programas en los diferentes mercados. Impartimos formación sobre igualdad en 25 cooperativas de la cadena de suministro de cacao en 2016; el 36% de las cooperativas ya han recibido esa formación. También creamos dos foros de mujeres en Costa de Marfil, que dan mayor voz a 175 mujeres en sus comunidades.

Participamos, asimismo, en actividades organizadas en todo el mundo para apoyar el Día Internacional de la Mujer.

Puestos directivos ocupados por mujeres (%)



### Nuestros objetivos en 2020

- Para 2017: Garantizar que los programas de formación de agricultores desarrollen emprendedores agrícolas, sean igualmente accesibles a hombres, mujeres y jóvenes, y estén disponibles para los empleados de las explotaciones.
- Para 2018: Ser una empresa con participación equilibrada de ambos sexos, creando condiciones favorecedoras en nuestro entorno de trabajo para lograr que aumente cada año el porcentaje de mujeres ejecutivas y en puestos de alta dirección (miembros de dirección en los mercados y puestos esenciales en la sede central).
- Para 2020: Mejorar los medios de subsistencia de las mujeres en cinco zonas de clave de suministro.



### Formación en seguridad vial

Nestlé Pakistán, en colaboración con la Policía Nacional de Carreteras y Autopistas del país (NH&MP), fundó el primer instituto de formación vial cerca de Sheikhpura con el fin de garantizar la seguridad y el bienestar de nuestros empleados. Hasta la fecha, más de 15.500 conductores, incluidos 4.100 conductores de Nestlé, han recibido formación, lo que ha generado un efecto social positivo no solo en los propios conductores, sino también en sus familias y las comunidades en las que viven.

### Facilitar mecanismos de reclamación efectivos a empleados y grupos de interés

Sustituye nuestro anterior compromiso de garantizar que todos los empleados y grupos de interés puedan informar fácilmente sobre posibles incumplimientos de normativas.

Estamos comprometidos con una estricta cultura de cumplimiento, tal como se refleja en nuestros «Principios Corporativos Empresariales». Garantizamos que nuestra empresa se gestiona con arreglo a nuestros principios, mediante informes internos y auditorías externas. Animamos a empleados, proveedores y grupos de interés a informar de prácticas y acciones que se consideren inapropiadas o ilegales, e investigamos todas las quejas con imparcialidad, prohibiendo las represalias. Los incumplimientos se detienen de inmediato y se aplican medidas correctivas apropiadas.

#### Nuestros objetivos en 2016

- Para 2016: Reforzar el conocimiento de la existencia de los canales de información confidenciales en toda la empresa.
- Para 2016: Seguir ampliando la comunicación sobre «Tell Us» a proveedores y socios distribuidores, así como a países identificados en segunda fase (otros 20 países).

#### Nuestros avances

El Sistema de Informes sobre Integridad de Nestlé permite a los empleados informar de forma anónima de cualquier comportamiento ilegal o no conforme que observen, así como buscar asesoramiento o información. El sistema se ha implantado y comunicado en el 100% de los mercados de Nestlé, y el número de mensajes y motivos de incumplimiento se explica en el informe completo «Nestlé en la sociedad: Creación de Valor Compartido».

«Tell Us» es nuestro canal de comunicación para que los grupos de interés informen de posibles incumplimientos de nuestros «Principios Corporativos Empresariales» o la normativa aplicable. Se ha puesto a disposición de 7.748 proveedores.

En 2016, otros 35 países publicaron un enlace a «Tell Us» en sus páginas web corporativas locales.

#### Nuestros objetivos en 2020

- ⊕ Para 2017: Publicar enlaces a «Tell Us» en las webs de los mercados de Nestlé en los que sea legalmente posible. Los mercados deberán aplicar buenas prácticas corporativas de gestión, revisión e investigación de quejas sobre cumplimiento recibidas a través de los sistemas de reclamación.
- ⊕ Para 2018: Realizar en los mercados análisis de las causas subyacentes de los casos de incumplimiento seleccionados con las herramientas proporcionadas por la sede de la compañía.
- ⊕ Para 2019: Revisar la efectividad del sistema de reclamación con grupos de interés externos e internos para definir oportunidades de mejora.
- ⊕ Para 2020: Aplicar mejoras al sistema de reclamación en mercados piloto.

## Extender la *Iniciativa Mundial sobre Juventud* en toda la empresa

La OIT calcula que alrededor del 13,1% de los jóvenes del mundo están desempleados, un problema que agrava la pobreza mundial. Como gran empresa, podemos ejercer una influencia positiva, ya sea de forma directa o a través de nuestros contratistas.

### Nuestro objetivo en 2016

- Para 2016: Nestlé ofrecerá 10.000 oportunidades de empleo y 10.000 becas o formación en prácticas a menores de 30 años en Europa para hacer frente al desempleo en este grupo de edad (total desde 2014).

### Nuestros avances

Entre 2014 y 2016, se ofrecieron 20.517 oportunidades de empleo y 12.385 becas y contratos de aprendizaje a jóvenes menores de 30 años en Europa. Solo en 2016, ofrecimos 6.778 puestos indefinidos y temporales y 4.206 becas o contratos de aprendizaje. Alrededor de 200 empresas se han unido a la iniciativa Alliance for YOUth, lanzada por Nestlé, que ha ayudado a más de 62.000 jóvenes europeos a encontrar empleo u oportunidades de formación.

Entre 2015 y 2016, se ofrecieron 16.185 oportunidades de empleo y 7.601 becas y contratos de aprendizaje a jóvenes menores de 30 años en América.

Con el lanzamiento de la iniciativa en Oriente Medio, África, Asia y Oceanía en 2016, Nestlé está en disposición de formular un compromiso mundial que cubra las tres regiones, América incluida, a partir de 2017.

### Nuestros objetivos en 2020

- ⊕ Para 2020: La *Iniciativa Mundial sobre Juventud* de Nestlé se compromete a proporcionar:
  - Entre 45.000 y 50.000 oportunidades de formación y aprendizaje;
  - Seguir organizando encuentros de preparación para el mercado laboral en todo el mundo, en los que participen cada vez más empleados;
  - Una mejor colaboración con socios externos para animarlos a unirse y aumentar el impacto; y
  - Entre 20.000 y 25.000 oportunidades laborales anuales para menores de 30 años.



### Formar a la próxima generación

Nuestros profesionales son el motor de la empresa. Además de formar a nuestros trabajadores, estamos ampliando las oportunidades de formación, junto con los contratos en prácticas y otras iniciativas de preparación para el mundo laboral, en el marco de nuestra *Iniciativa Mundial sobre Juventud* para abordar el problema del desempleo juvenil. Ofrecer puestos de trabajo y formación contribuye a que los jóvenes salgan de la pobreza y crea una cantera de talento para Nestlé. El desempleo juvenil sigue siendo un problema de primer orden en todo el mundo, de ahí que la *Iniciativa Mundial sobre Juventud* de Nestlé se haya comprometido firmemente a ofrecer becas o formación en prácticas, así como oportunidades laborales, encuentros y colaboraciones, para ayudar a los jóvenes a conseguir la experiencia que necesitan para incorporarse con éxito al mercado laboral.



## Formar en «Principios Corporativos Empresariales», nutrición y sostenibilidad ambiental

Ofrecemos formación diseñada para ayudar a los empleados a adoptar dietas saludables y equilibradas, desarrollar su carrera profesional, contribuir a nuestras metas medioambientales y alcanzar nuestros objetivos de negocio. La formación en nuestros «Principios Corporativos Empresariales» también refuerza la comprensión de nuestro modelo de negocio por parte de los empleados.

### Nuestros objetivos en 2016

- Para 2016: Incorporar formación sobre NQ (coeficientes nutricionales) en el programa de orientación a nuevos empleados en todos los centros de trabajo.
- Para 2016: Impartir formación medioambiental en todos los países.

### Nuestros avances

Hemos avanzado en la integración del Módulo NQ Foundation en el programa de orientación para nuevos empleados: ya está implantado en el 92% de nuestros mercados a finales de 2016 y el resto de mercados confirmaron su implantación a finales de 2017.

Se impartió formación medioambiental en el 95% de los países en los que estamos presentes. Más de 5.000 empleados realizaron nuestro curso por Internet e impartimos talleres sobre sostenibilidad medioambiental para directivos en Guatemala, Oriente Medio, Nicaragua, Panamá, España, Suiza y Tailandia.

### Nuestros objetivos en 2020

- Para 2017: Los «Principios Corporativos Empresariales» se incorporarán a todos los cursos en el centro de formación internacional y se proporcionará formación por Internet a todos los empleados.
- ⊕ Para 2020: Impartir formación medioambiental en todos los países y seguir reforzando la sensibilización de los empleados en este ámbito.

## Promover lugares de trabajo saludables y empleados más sanos

Para mejorar la calidad de vida y contribuir a un futuro más saludable, debemos empezar por la salud y la seguridad de nuestros empleados. Deseamos que los empleados tomen decisiones más informadas sobre su salud. Nuestra pasión por la nutrición, la salud y el bienestar es una de las prioridades estratégicas de nuestra «Hoja de Ruta sobre Salud y Seguridad 2016-18» y un modo de hacer realidad el «Marco de Salud para Empleados» de Nestlé.

Siempre hemos estado comprometidos con la salud y el bienestar de los empleados, y para seguir avanzando en esa línea, hemos decidido articular nuestro objetivo a largo plazo mediante un compromiso público. En 2016, hemos estudiado opciones para evaluar los riesgos de salud de los empleados y hemos valorado enfoques de aplicación efectivos.

Queremos involucrar a los empleados para que amplíen sus conocimientos en este campo y, con ello, puedan mejorar sus propias dietas, su salud y su bienestar. Promoveremos actos, campañas y comunicaciones sobre los beneficios de un estilo de vida saludable y facilitaremos más información sobre los alimentos, el ejercicio y las prácticas que favorecen el bienestar. Asimismo, supervisaremos los indicadores clave y desarrollaremos una metodología que nos permita informar de nuestros avances hacia nuestros objetivos.

Hemos lanzado también una plataforma de intercambio de conocimientos, denominada Global Sharing Platform, para prestar apoyo a los mercados locales. Esta plataforma proporcionará formación sobre iniciativas de salud y bienestar, reforzando los vínculos de los diferentes mercados con el «Marco de Salud para Empleados» y creando una solución de ayuda «entre amigos» para Nestlé en estos mercados.

### Nuestro objetivo en 2020

- ⊕ Para 2020: Ofrecer a nuestros empleados formación, detección temprana y programas que fomenten elecciones de estilos de vida más saludables.

## Ventajas para los inversores

**Nuestros esfuerzos garantizan que vamos un paso por delante de la normativa y nos ayudan a reducir costes y mejorar los ingresos, ya que los consumidores buscan cada vez más productos que respeten los derechos humanos en la cadena de suministro. Nuestras empresas se benefician de atraer y retener a los jóvenes más brillantes con propuestas como nuestra *Iniciativa Mundial sobre Juventud*. Una reputación positiva en el ámbito de la formación y el desarrollo de los empleados mejora la capacidad de la empresa para contratar y retener el talento.**

# Nuestros temas sustanciales

Para asegurarnos de dar prioridad a los temas que más interesan a nuestros grupos de interés y son de máxima importancia para nuestro negocio, realizamos un análisis de materialidad cada dos años. A continuación, resumimos la metodología y las conclusiones de nuestra última evaluación.

## El proceso de materialidad

Para identificar los temas más importantes para nuestro negocio y nuestros grupos de interés, y para facilitar nuestros procesos de elaboración de informes y toma de decisiones, trabajamos con SustainAbility, una firma de consultoría independiente y laboratorio de ideas especializada en sostenibilidad empresarial, mediante un proceso de materialidad formal. Tras una amplia fase de consultas, se identifican y evalúan las principales preocupaciones medioambientales, sociales y de gobierno corporativo para establecer los riesgos y oportunidades relacionados para la reputación, los

ingresos y los costes de Nestlé.

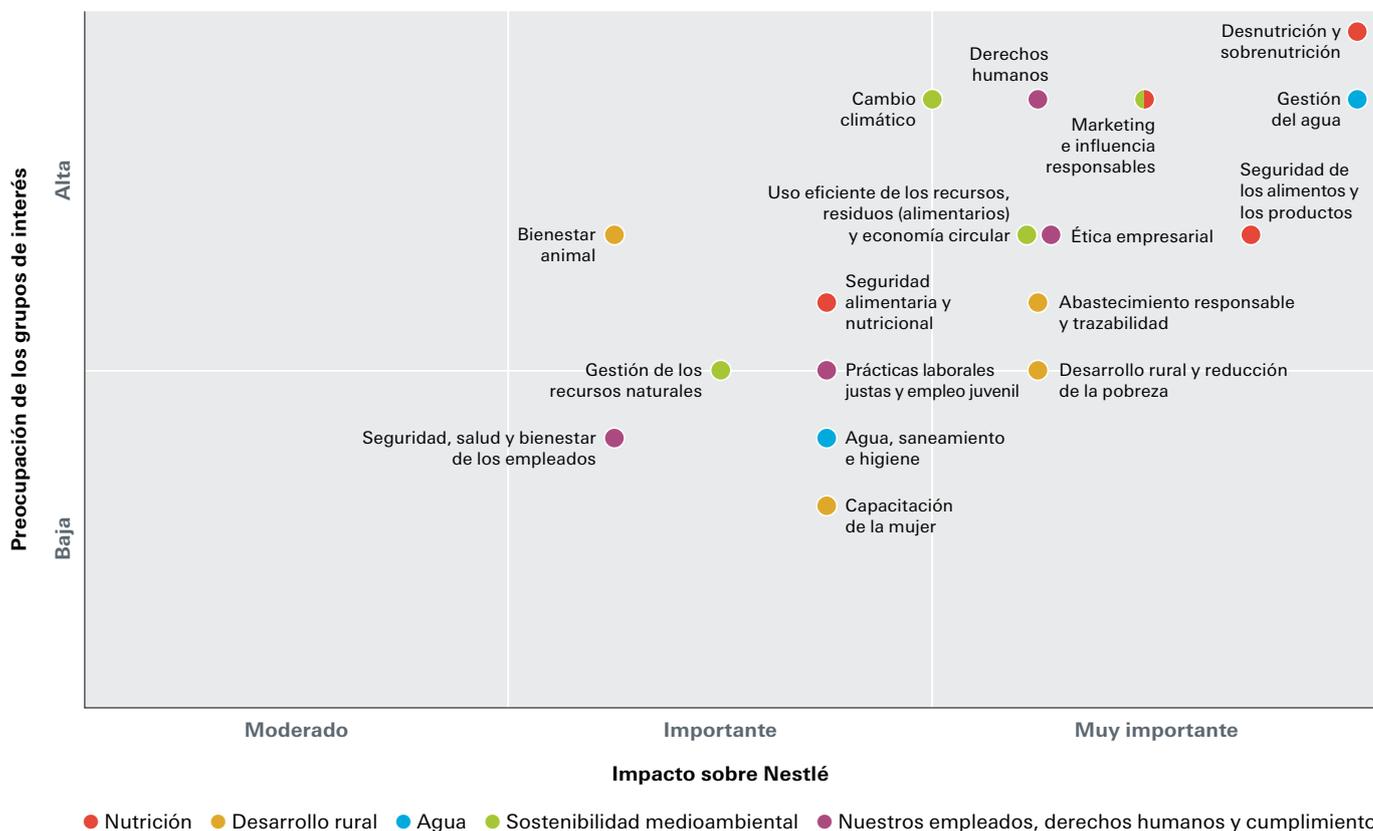
En 2016, SustainAbility renovó el análisis de materialidad en cuatro fases de trabajo:

- identificación de temas;
- evaluación del impacto empresarial;
- evaluación de la preocupación de los grupos de interés; y
- revisión y validación.

Los temas se colocan en una matriz (véase debajo) que muestra su posición frente al grado de preocupación de los grupos de interés y su posible impacto para el negocio. Los resultados presentan los temas clave a los que se enfrenta la empresa. Esos temas no deben considerarse de forma aislada; suelen estar interconectados y la mejora de uno de ellos puede propiciar cambios en otro.

Encontrará más detalles de nuestro proceso de materialidad en el informe completo.

Matriz de materialidad de Nestlé 2016



**Nuestros 17 temas sustanciales se han organizado en cinco categorías de Creación de Valor Compartido. Cada tema se compone de subtemas, que se estudian detalladamente en el informe completo.**

---

## **Nutrición, salud y bienestar**

### **Seguridad alimentaria y nutricional**

Contribuir a la disponibilidad, y asequibilidad, de alimentos suficientes, seguros y nutritivos.

### **Desnutrición y sobrealimentación**

Abogar por una nutrición, una salud y un bienestar óptimos a lo largo de la vida. Ayudar a combatir la sobrealimentación, la desnutrición, las deficiencias de micronutrientes asociadas, las enfermedades como el sobrepeso y la obesidad, y las enfermedades no contagiosas mediante la transformación de las gamas, el desarrollo y la renovación de productos y servicios, y los Productos a Precios Populares.

### **Seguridad de los alimentos y los productos**

Conseguir un producto de alta calidad y prevenir riesgos para la salud derivados del uso, consumo, manipulación, preparación y almacenamiento en toda la cadena de valor.

### **Marketing e influencia responsables**

Comercializar de forma adecuada, atendiendo al público consumidor, y modelar el comportamiento de los consumidores para promover elecciones saludables y unos mejores resultados desde el punto de vista medioambiental.

---

## **Desarrollo rural**

### **Desarrollo rural y reducción de la pobreza**

Promover directa e indirectamente la actividad económica y mejorar los medios de subsistencia de los trabajadores del campo en la cadena de suministro, para impulsar comunidades agrícolas sostenibles y reducir la pobreza.

### **Abastecimiento responsable y trazabilidad**

Garantizar que los ingredientes clave se han cultivado y procesado de forma responsable y puede identificarse su origen, siempre que sea posible.

### **Bienestar animal**

Salvaguardar el bienestar de los animales en la cadena de suministro y en las pruebas de productos, y promover la salud y el bienestar de los animales de granja.

### **Capacitación de la mujer**

Capacitar a las mujeres para que participen plenamente en la sociedad y en la economía a lo largo de la cadena de valor.

---

## **Agua**

### **Gestión del agua**

Llevar a cabo, individual o colectivamente, las acciones necesarias para la gestión sostenible de los recursos hídricos compartidos.

### **Agua, saneamiento e higiene**

Mejorar el acceso a agua potable y servicios de saneamiento, e instalaciones adecuadas que garanticen la higiene personal en toda nuestra cadena de suministro.

---

## **Sostenibilidad medioambiental**

### **Gestión de los recursos naturales**

Identificar y proteger los recursos naturales y los servicios del ecosistema.

### **Cambio climático**

Reducir las emisiones de gases con efecto invernadero y contribuir a mitigar y a adaptarse a los efectos negativos del cambio climático.

### **Uso eficiente de los recursos, residuos (alimentarios) y economía circular**

Disminuir el uso directo e indirecto de recursos, reduciendo los residuos y optimizando las oportunidades de recuperar, reutilizar o reciclar subproductos, y eliminar residuos de forma apropiada.

---

## **Nuestros empleados, derechos humanos y cumplimiento**

### **Prácticas laborales justas y empleo juvenil**

Desarrollar el capital humano de Nestlé, manteniendo relaciones constructivas con los empleados, promoviendo condiciones laborales favorables y fomentando el empleo juvenil.

### **Seguridad, salud y bienestar de los empleados**

Perseguir el objetivo «cero accidentes» en el lugar de trabajo y promover comportamientos seguros y saludables entre los empleados, ayudándoles a tomar decisiones mejor informadas para conseguir y mantener un estilo de vida saludable.

### **Derechos humanos**

Respetar los derechos humanos en nuestras actividades comerciales, operaciones y cadenas de suministro.

### **Ética empresarial**

Respetar los principios éticos en el entorno empresarial y laboral.

# Participación de los grupos de interés

Involucrar a los grupos de interés en cuestiones de salud, sociedad y medio ambiente, y colaborar con ellos para abordarlas, es esencial en nuestro modo de hacer negocios. Recurrimos al asesoramiento de los mejores expertos y defensores para desarrollar y mejorar nuestras políticas y compromisos corporativos, y para fortalecer nuestro negocio y nuestras inversiones en la sociedad.

## Nuestros grupos de interés

Nuestra red internacional de grupos de interés abarca desde las personas con las que interactuamos regularmente en nuestras operaciones hasta los cargos públicos que influyen en nuestras actividades. Engloba desde empleados, consumidores, proveedores y comunidades, hasta gobiernos, organizaciones no gubernamentales, accionistas, asociaciones sectoriales y comerciales y el mundo académico.

Nuestro programa anual de convocatorias de grupos de interés y encuentros del Foro de Creación de Valor Compartido nos brinda la oportunidad de intensificar el diálogo y conocer mejor los temas sociales cruciales. La interacción desarrolla la capacidad de nuestros empleados, facilita la acción colectiva y fomenta la confianza y el respeto mutuo. Los resultados de dicho diálogo se comunican a la alta dirección a través del Consejo de Nestlé en la sociedad.

Entre en [www.nestle.com/csv/what-is-csv/stakeholder-engagement](http://www.nestle.com/csv/what-is-csv/stakeholder-engagement) para conocer más detalles sobre la participación de nuestros grupos de interés.

## Convocatorias de los grupos de interés

Las convocatorias de los grupos de interés de Nestlé las celebran y organizan expertos externos para garantizar la independencia de las opiniones y comentarios que recibimos. En estos encuentros se abordan cuestiones específicas de nuestra cadena de valor o aquellas en las que Nestlé puede crear valor compartido.

El 30 y 31 de marzo de 2016, representantes de ONG, el mundo académico y organizaciones gubernamentales e internacionales asistieron a nuestra convocatoria de los grupos de interés en Ginebra (Suiza). Con la asistencia de 64 grupos de interés, el Consejero Delegado de Nestlé, Paul Bulcke, y otros 18 empleados de Nestlé, el acto acogió a delegados a los que se invitó a compartir su perspectiva sobre los compromisos y el desempeño de Nestlé en materia de Creación de Valor Compartido y a estudiar el papel

desarrollado por la compañía en el fomento de la actuación colectiva para respaldar los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU.

## Foro Internacional sobre Creación de Valor Compartido 2016

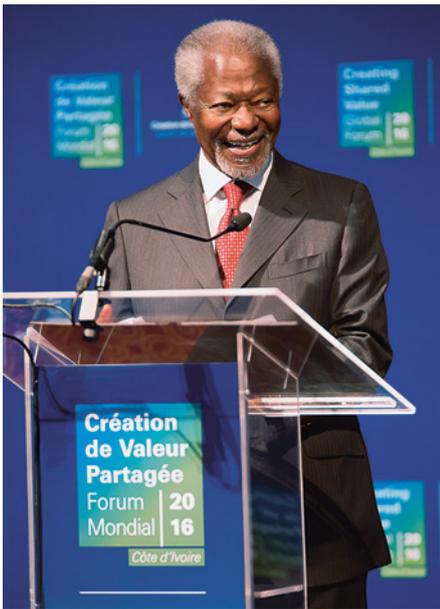
El Foro Internacional sobre Creación de Valor Compartido, que se celebra cada dos años, es un encuentro de un día de duración diseñado para estimular las ideas y el diálogo sobre el papel de las empresas a la hora de abordar grandes retos socioeconómicos en el contexto de los recursos naturales limitados y el cambio climático.

El Foro 2016 se celebró en Abiyán (Costa de Marfil) el 21 de junio de 2016 y giró en torno al tema «Invertir en desarrollo sostenible en África». Reunió a líderes del mundo empresarial, de la sociedad civil y del ámbito gubernamental para debatir cuestiones que afectan al continente. Contó con la asistencia de varios ministros, entre ellos Daniel Kablan Duncan, Primer Ministro y Ministro de Economía y Hacienda de la República de Costa de Marfil.

Reconocidos expertos, como Kofi Annan, ex Secretario General de Naciones Unidas, y Michael Porter, catedrático de la Harvard Business School, participaron en coloquios que giraron en torno a varios temas: la construcción de economías y comunidades más sólidas, la seguridad nutricional y la salud, la mejora de la autosuficiencia de los agricultores y los enfoques para un crecimiento económico incluyente y sostenible.



P. Bulcke, Consejero Delegado de Nestlé, con representantes de Agro-Hub, ganadores del premio a la Creación de Valor Compartido por su labor ayudando a los pequeños agricultores de yuca de Camerún a comercializar su producción.



Kofi Annan, ex Secretario General de la ONU y Presidente de la Kofi Annan Foundation, pronuncia un discurso sobre la creación de economías y comunidades más fuertes en África.

## Las raíces y el desarrollo de la Creación de Valor Compartido en Nestlé

### 2006

Se publica el concepto de responsabilidad social corporativa de Nestlé, implantado en Latinoamérica. Este informe se basaba en un marco de cadena de valor con tres componentes: materias primas agrícolas, fabricación y gestión, y productos y consumidores.

### 2007

Se identifican tres áreas prioritarias de Creación de Valor Compartido: nutrición, agua y desarrollo rural.

### 2008

En el primer informe «Creación de Valor Compartido de Nestlé» (2007) se lanza la pirámide de Creación de Valor Compartido, que también integra la sostenibilidad y el cumplimiento normativo en una representación visual.

### 2009

Se celebra el primer Foro de Creación de Valor Compartido en la sede de la ONU en Nueva York.

### 2010

Se publica el segundo «Informe de Creación de Valor Compartido de Nestlé» (2009). Se celebra el segundo Foro de Creación de Valor Compartido en Londres. El primer Premio a la Creación de Valor Compartido de Nestlé recae en iDE Camboya.

### 2011

Se publica el informe «Creación de Valor Compartido y Desarrollo Rural de Nestlé» (2010) y se celebra el tercer Foro de Creación de Valor Compartido en Washington DC. Se adopta el marco de información de la Global Reporting Initiative (GRI).

### 2012

Se publica el informe abreviado sobre «Creación de Valor Compartido de Nestlé 2011: Respuesta al reto mundial del agua». Se publica el informe completo en línea conforme a los criterios GRI A+. El cuarto Foro de Creación de Valor Compartido se celebra en la India y el Premio a la Creación de Valor Compartido recae en la Fundación Paraguaya.

### 2013

Se publica el informe «Nestlé en la sociedad: Creación de Valor Compartido y cumplimiento de nuestros compromisos 2012», centrado en la nutrición y, por primera vez, con compromisos a futuro. El quinto Foro de Creación de Valor Compartido se celebra en Colombia, en colaboración con el Banco Interamericano de Desarrollo.

### 2014

Se publica el informe «Nestlé en la sociedad 2013». El sexto Foro de Creación de Valor Compartido se celebra en Suiza coincidiendo con la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, y el Premio a la Creación de Valor Compartido se concede a Honey Care Africa.

### 2015

El informe «Nestlé en la sociedad 2014» contiene una actualización sobre los avances en nuestros compromisos públicos.

### 2016

Se introducen tres aspiraciones generales para 2030, en apoyo de los ODS. La mayoría de nuestros compromisos, 42 en total actualmente, se actualizan para cumplirlos en 2020. El séptimo Foro de Creación de Valor Compartido se celebra en Abiyán (Costa de Marfil) y el Premio a la Creación de Valor Compartido recae en Agro-Hub.

# Recomendaciones de los grupos de interés

Los participantes de la convocatoria de 2016 de Ginebra formularon una serie de recomendaciones y a continuación reseñamos las más relevantes, junto a nuestras respuestas (la lista completa figura en la versión íntegra del informe «Nestlé en la sociedad»). Los comentarios recibidos también se tienen presentes al evaluar los temas sustanciales de nuestra empresa.

---

## Garantizar la coherencia de la cartera de productos

Los participantes enfatizaron la importancia de mantener la coherencia entre la cartera, los programas y las posturas adoptadas por Nestlé sobre la nutrición y la salud. También se señaló como factor importante la coherencia del perfil nutricional de los productos en las distintas jurisdicciones.

### → Nuestra respuesta

Hemos dado nueva forma a nuestros compromisos sobre nutrición y los hemos reforzado.

---

## Contribuir no solo con sucedáneos de leche materna

Los participantes recomendaron a Nestlé que se esforzara por contribuir no solo con sucedáneos de leche materna, demostrando liderazgo en materia de prácticas e impulsando mejoras de las normas sectoriales. Nuestros grupos de interés consideran que la adopción de una posición de liderazgo sectorial es un requisito previo para el éxito y la credibilidad de las estrategias de nutrición.

### → Nuestra respuesta

Hemos reforzado nuestro compromiso en relación con los sucedáneos de la leche materna para abordar estas cuestiones.

---

## Involucrar a inversores para mejorar el potencial de la Creación de Valor Compartido

Se observó un creciente interés de los inversores en el potencial a largo plazo derivado de la Creación de Valor Compartido. Demostrar el potencial financiero que está generando la Creación de Valor Compartido fortalecerá la capacidad de actuación de Nestlé. Los participantes subrayaron las oportunidades de involucrar a inversores para elevar las normas sectoriales.

### → Nuestra respuesta

Nuestra información de 2016 se dirige activamente a los inversores para poner de relieve la importancia de la Creación de Valor Compartido.

---

## Describir la visión a largo plazo que guía las actuaciones a corto plazo

Describir una visión a largo plazo, relacionada con los ODS, proporcionará información sobre la escala y el enfoque de las actividades actuales de Creación de Valor Compartido de Nestlé y sus socios.

### → Nuestra respuesta

Reformulamos nuestro propósito empresarial reforzando los compromisos y las aspiraciones para 2030.

---

## Analizar los vínculos y las oportunidades que brindan los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

Identificar oportunidades de actuación en los ODS, y especialmente donde existan vínculos entre los ODS y los compromisos de Nestlé (por ejemplo, el vínculo entre los esfuerzos de Nestlé por apoyar la nutrición, la salud y el bienestar, y el ODS 12 sobre consumo responsable).

### → Nuestra respuesta

Nuestros compromisos públicos se revisaron a la luz de los ODS y se enunciaron nuestras aspiraciones.

---

## Conectar el pensamiento sobre la nutrición, el medio ambiente y las cuestiones de índole social

Los participantes recomendaron a Nestlé que tuviera en cuenta la interrelación entre la nutrición, los resultados desde el punto de vista medioambiental y las cuestiones de índole social en su cartera y sus decisiones comerciales.

### → Nuestra respuesta

Adoptamos un enfoque de conjunto a la hora de tomar decisiones relativas a nuestras operaciones, actividades, productos y servicios. En 2016 realizamos una prueba piloto del Natural Capital Protocol para calibrar mejor nuestra dependencia de la naturaleza en marcas clave como *Nespresso*.

---

## Fijar metas más ambiciosas en materia de agua

Los participantes recomendaron a Nestlé que adoptara un enfoque más innovador sobre el agua, centrado en las oportunidades y con planteamiento de objetivos que fomenten el acceso y el suministro responsable. Los participantes señalaron los problemas relacionados con el agua embotellada y recomendaron ampliar el Plan del Agua para dar el mismo énfasis a Nestlé Waters, la cadena de suministro agrícola y las operaciones.

### → Nuestra respuesta

Estamos desarrollando el Plan del Agua de Nestlé, que refuerza nuestro enfoque en materia de agua.

---

## Simplificar el enfoque y aumentar la transparencia

Los participantes apreciaron oportunidades de simplificar el enfoque de la Creación de Valor Compartido, pero enfatizaron la importancia de mantener el alto nivel de transparencia y revelación de datos.

### → Nuestra respuesta

Sin descuidar la exhaustividad de nuestra información y la fiabilidad de los datos, hemos tratado de que nuestro informe completo de Creación de Valor Compartido se centre más en los temas sustanciales.

© Marzo 2017, Nestlé S.A.,  
Public Affairs

Nestlé S.A.  
Avenue Nestlé 55  
CH-1800 Vevey  
Suiza  
[www.nestle.com/csv](http://www.nestle.com/csv)

En caso de duda o diferencias de interpretación, prevalecerá el texto en inglés sobre las versiones en francés, alemán y español.

Las marcas escritas en cursiva son marcas registradas del Grupo Nestlé.

**Concepto y redacción**

Nestlé S.A., Public Affairs, con Flag Communication y SustainAbility

**Concepto visual y diseño**

Nestec S.A., Corporate Identity & Design, con Gavillet & Cie

**Fotografía**

Wang Chengxuan, Stewart Cohen, Deco Cury, Harmen Hoogland, Ivan Kashinsky, Remo Nägeli, Thierry Nangbo, Qilai Shen, Aude Sirvain, Sergio Urday, Alicia Vera, Daryl Visscher, Daniele Volpe, Stefan Wildhirt

**Ilustraciones**

Helge Hjorth Bentsen