# Necesidades nutricionales y dietas de calidad

Nestlé
Good Food, Good Life

## Informe sobre Creación de Valor Compartido 2008

# Índice


Mensaje del Presidente:
Creación de Valor Compartido 2
Mensaje del Consejero Delegado:
Creación de Valor Compartido y nutrición 3
Estado de la nutrición en el mundo 4
Sobre este informe 11

Soluciones científicas a las necesidades de nutrición 14
Mejora de la calidad de alimentos y dietas 22
Prevención de la obesidad y control del peso 30
Satisfacer los requisitos nutricionales de grupos con necesidades específicas 38
Más concienciación, comprensión y conocimientos sobre nutrición 48
Mejorar la nutrición en los países en desarrollo 60

Horizontes y retos futuros 70
Declaración de garantía independiente de veracidad 71


Puede encontrar más información sobre Creación de Valor Compartido, incluidas cuestiones de gestión medioambiental y salud y seguridad en el trabajo, en nuestro *Informe de Gestión de 2008* y en la página www.nestle.com/csv

—

Este texto es una traducción.
En caso de duda o diferencias de interpretación, prevalecerá el texto en inglés

—


Las marcas escritas en cursiva son marcas registradas por el grupo Nestlé

# Perfil de la empresa

**Vevey**
Sede central de la compañía, en Suiza

**109.900 millones**
Ventas del Grupo en 2008, en CHF

**10.400 millones**
Ventas de Nestlé Nutrition, en CHF

**456**
Número de fábricas

**1866**
Año de constitución de la compañía

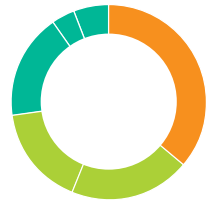
**18.000 millones**
Beneficio neto del Grupo en 2008, en CHF

**283.000**
Número de empleados

**84**
Países en los que tiene fábricas Nestlé

## Fábricas por continente, 2008

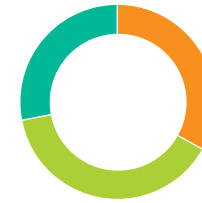
- Europa 165
- América 168 (Norteamérica 92, América Central y del Sur 76)
- Asia, Oceania y África 123 (Asia 79, Oceania 18, África 26)



Fuente: Nestlé

## Empleados por área geográfica, 2008

- Europa 33,3%
- América 38,7%
- Asia, Oceania y África 28,0%



Fuente: Nestlé

## Ventas y crecimiento orgánico en 2008, por categorías de productos

| Categorías de productos | Ventas (millones de CHF) | Crecimiento orgánico |
|---|---|---|
| Bebidas instantáneas en polvo y líquidas | 18.885 | 12,8% |
| Nestlé Waters | 9.589 | –1,6% |
| Productos lácteos y helados | 20.561 | 9,2% |
| Nestlé Nutrition | 10.375 | 7,7% |

| Categorías de productos | Ventas (millones de CHF) | Crecimiento orgánico |
|---|---|---|
| Platos preparados y productos culinarios | 18.117 | 6,1% |
| Confitería | 12.370 | 8,0% |
| Cuidado de animales domésticos | 12.467 | 12,1% |
| Productos farmacéuticos | 7.544 | 8,8% |

Fuente: Nestlé

# Resumen de rendimiento 2008

**Indicadores de rendimiento**

Nestlé ha diseñado los siguientes indicadores de rendimiento con el fin de proporcionar un enfoque sobre la medición e información de Creación de Valor Compartido en Nutrición, Salud y Bienestar.

| | 2007 | 2008 |
|---|---|---|
| Total ventas del Grupo (millones de CHF) | 107.552 | 109.908 |
| Beneficio neto (millones de CHF) | 10.649 | 18.039 |
| Ventas de Nestlé Nutrition (millones de CHF) | 8.434 | 10.375 |
| Productos a Precio Popular[1]: Europa (volumen de ventas, millones de CHF)[2] | 212 | 782 |
| Productos a Precio Popular[1]: América (volumen de ventas, millones de CHF)[2] | 3.517 | 1.910 |
| Productos a Precio Popular[1]: Asia, Oceanía y África (volumen de ventas, millones de CHF)[2] | 1.722 | 2.707 |
| Renovación de productos por cuestiones de nutrición o salud (número de productos renovados)[3] | 6.445 | 6.254 |
| Aumento de ingredientes nutritivos o nutrientes esenciales (número de productos renovados)[3] | 2.603 | 3.068 |
| Reducción de sodio, azúcares, ácidos grasos trans, grasas totales o colorantes artificiales (número de productos)[3] | 3.842 | 3.186 |
| Reducción de ácidos grasos trans (toneladas): diciembre 2003–febrero 2007 | 34.200 | n/a[3] |
| Reducción de azúcar (toneladas): enero 2003–diciembre 2006; y a diciembre 2007 | 204.000 | 290.000 |
| Reducción de sal (toneladas): abril 2005–diciembre 2006; y a diciembre 2007 | 5.000 | 6.800 |
| Productos que satisfacen o superan los criterios del perfil de Nestlé Nutritional Foundation (porcentaje de las ventas)[4] | n/a | 67 |
| Productos con etiquetado *Nestlé Nutritional Compass* (% de ventas; referencia GRI[5] PR3)[6] | 95 | 98 |
| Productos (porcentaje de las ventas) en la Unión Europea con etiquetado de Cantidad Diaria Orientativa (CDO) en el frontal del envase (79% en todo el mundo; referencia GRI[5] PR3)[7] | 45 | 88 |
| Comercialización de preparados para lactantes (número de auditorías internas; referencia GRI[5] PR7) | 9 | 16 |
| Comercialización de preparados para lactantes (número de auditorías externas; referencia GRI[5] PR7) | 1 | 2 |

[1] Productos para personas de rentas bajas
[2] En 2008, se estandarizó la definición de ventas de PPP en todas las zonas. Para obtener una explicación completa, consulte la página www.nestle.com/csv/inaction/ppp
[3] Basado en informes de, aproximadamente, el 75% de los equipos de desarrollo de productos de todo el mundo; La mayoría de las reducciones de ácidos grasos trans se lograron en 2007 y el resto en 2008
[4] Ámbito de evaluación en 2008: 50% del volumen total de ventas de alimentación y bebidas; Para más detalles sobre los principios de NF, consulte www.research.nestle.com/Science+in+Action/NestleNutritionalProfiling
[5] Global Reporting Initiative
[6] Excluido: café puro, té y agua, productos para profesionales, alta confitería y productos para mascotas
[7] Basado en informes de la Unión Europea. A nivel mundial: 79% de las ventas; Excluidos en ambos casos: café puro, té y agua, productos para profesionales, alta confitería y productos para mascotas

Salvo que se indique lo contrario, los indicadores de rendimiento se refieren al año terminado el 31 de diciembre de 2008

**En el *Informe de Gestión* y en la página web www.nestle.com/csv figura una lista completa actualizada de los indicadores clave de rendimiento relativos a otras áreas de nuestro negocio**

# Lo más destacado de 2008

## Soluciones científicas a las necesidades de nutrición

**1.980 millones**
Inversión global en Nestlé Research, en CHF

**5.000**
Empleados de Nestlé Research en 26 centros de I+D en Alimentación y Bebidas de todo el mundo

**21 millones**
Inversión en Centros de I+D en China, en CHF

## Prevención de la obesidad y control del peso

**36 millones**
Raciones de verduras incorporadas a la dieta estadounidense, desde 2007, a través de la iniciativa «Twice the Veggies», de *Lean Cuisine*

**1,36 millones**
Peso perdido por clientes de Jenny Craig en 2008, en kilogramos

**2,5 millones**
Personas alcanzadas por los programas de prevención de la obesidad EPODE

## Más concienciación, comprensión y conocimientos sobre nutrición

**9,1 millones**
Personas alcanzadas por iniciativas y programas educativos de Nestlé

**79.353**
Empleados participaron en el programa de formación nutricional NQ durante los primeros 18 meses

## Mejora de la calidad de alimentos y dietas

**5.000 millones**
Valor de las ventas de productos con Beneficios Activos de Marca (BAB), en CHF

**19.000millones**
Cubitos de caldo *Maggi* enriquecidos con yodo vendidos cada año en África Central y Occidental

## Satisfacer los requisitos nutricionales de grupos con necesidades específicas

**10.400millones**
Ventas Nestlé Nutrition, en CHF

**8%**
Mejora del rendimiento de los atletas gracias al Beneficio Activo de Marca *C2Max*

## Mejorar la nutrición en los países en desarrollo

**5 millones**
Toneladas de leche generada en distritos lecheros de 29 países en 2007

**30 millones**
En microcréditos facilitados por Nestlé a agricultores y ganaderos, en CHF

**11 millones**
Número de consumidores de rentas bajas que se prevé consumirán productos de leche enriquecida Nestlé a finales de 2011

# Mensaje del Presidente: Creación de Valor Compartido

**Un objetivo común**
El Presidente Peter Brabeck saluda a los empleados en la nueva fábrica de Nestlé en Feira de Santana, en el estado nororiental brasileño de Bahía, en 2007.

Crear Valor Compartido es uno de los principios básicos de la estrategia de negocio y un elemento fundamental de nuestro éxito como empresa. Cuando hablamos de Creación de Valor Compartido queremos decir que, para que nuestro negocio progrese a largo plazo, tenemos que crear valor para nuestros accionistas y, al mismo tiempo, para la sociedad. Si no logramos crear valor para los accionistas, no estaremos velando por los intereses de miles de inversores, sobre todo titulares de planes de ahorro para la jubilación y planes de pensiones, que confían en que Nestlé les aportará los ingresos recurrentes que constituyen la base de su bienestar económico y social. Por otro lado, si no conseguimos crear valor para la sociedad, no estaremos satisfaciendo las necesidades públicas y del consumidor, lo que a su vez hace disminuir el interés por la compra de nuestros productos.

En ese aliciente por servir a la sociedad mediante nuestro negocio creo que reside, al menos en parte, el alto grado de lealtad y motivación, y la baja tasa de rotación de nuestros 283.000 empleados. Por ello, es de extrema importancia para el éxito de nuestra empresa.

Nos proponemos ir más allá del cumplimiento y la sostenibilidad. Una empresa no debe limitarse a respetar las leyes, sino que debe cumplir con las normas más exigentes de comportamiento corporativo, que se describen en los códigos de conducta, en documentos tales como el Pacto Mundial de las Naciones Unidas y en otros compromisos adquiridos. Todo esto es fundamental y no negociable. La empresa también debe trabajar de forma sostenible respecto al medio ambiente: satisfacer las necesidades actuales sin poner en peligro el uso y disfrute de los recursos naturales para las generaciones futuras. La función exclusiva de un negocio es la creación de valor; es decir, que para seguir adelante con un negocio de éxito a largo plazo debemos ir más allá del mero cumplimiento y la sostenibilidad; es necesario que creemos valor real para la sociedad.

Nuestra prioridad máxima es, desde luego, ofrecer valor a nuestros clientes y Nestlé se ha convertido en la primera compañía mundial en Nutrición, Salud y Bienestar gracias al valor nutricional que proporcionamos. Llevamos haciéndolo desde 1867, año en que Henri Nestlé inventó el primer producto a base de leche y cereales capaz de sustentar a niños, ancianos y personas enfermas.

Sin embargo, vamos más allá del valor para el consumidor y tratamos de crear valor allí donde tiene más sentido para el negocio a largo plazo: para los agricultores, para nuestros empleados, para los pequeños empresarios y para las comunidades en las que trabajamos. Creemos que esta visión a largo plazo es lo que nos distingue de muchas otras empresas y ha supuesto una clara ventaja competitiva, especialmente en los países en desarrollo.

Aun así, nuestro resultado actual no nos parece suficiente y seguimos en búsqueda de nuevos modos de ofrecer servicio, como hemos hecho con los Productos a Precio Popular, dirigidos a la base de la pirámide de ingresos.

Espero que este informe les resulte útil para entender lo que estamos tratando de hacer como empresa al Crear Valor Compartido y estaré encantado de responder a cualquier pregunta que pueda planteársele tras su lectura.

Peter Brabeck-Letmathe
Presidente de Nestlé S.A.

# Mensaje del Consejero Delegado: Creación de Valor Compartido y nutrición

**Vistas locales**
Paul Bulcke durante una visita a Ghana en 2008.

Una de las principales funciones de un Consejero Delegado es garantizar en su empresa una gestión coherente con sus principios de negocio básicos. Creo que una de mis responsabilidades es asegurar que el comportamiento de la empresa es coherente con sus principios de negocio y garantizar que nuestros 283.000 empleados mantengan una misma estrategia, persigan los mismos objetivos y compartan una misma cultura del rendimiento basada en nuestros principios.

Como pilar del éxito de nuestro negocio, Nestlé considera necesario gestionar sus operaciones de modo que cumplan con los estándares más exigentes de la práctica empresarial y las normas más estrictas de sostenibilidad medioambiental. Esas normas se detallan en nuestros Principios Corporativos Empresariales de Nestlé y otros documentos relacionados.

Aun así, el objetivo de Nestlé es ir más allá de la sostenibilidad y crear valor real, tanto para la sociedad como para sus accionistas. Esto es lo que significa Crear Valor Compartido. En la creación de valor, Nestlé se dirige a tres áreas, nutrición, agua y desarrollo rural, que son fundamentales para el éxito de la empresa y para abordar apremiantes necesidades sociales. De estas áreas, la de nutrición es primordial para Nestlé en cuanto a la creación de valor para la sociedad, y es la principal base de creación de valor para el accionista.

Desde su fundación en Suiza, hace más de 140 años, Nestlé viene alcanzando un crecimiento rentable a largo plazo mediante el suministro de productos de alto valor nutritivo que protegen y mejoran la salud de sus consumidores. La consecuencia de ello es que, hoy en día, Nestlé es la mayor empresa de Nutrición, Salud y Bienestar del mundo y su tamaño supera al del conjunto de sus dos inmediatos competidores del mercado de alimentación y bebidas. Alrededor de 1.000 millones de personas compran diariamente productos de Nestlé. Sin embargo, hay que recordar que, aunque Nestlé es una marca reconocida en los hogares de todo el mundo, nuestros productos sólo suponen un 2% de los alimentos y bebidas envasados que se venden a escala mundial.

Ahora que finaliza mi primer año como Consejero Delegado, me satisface enormemente poder compartir con ustedes el primer *Informe de Creación de Valor Compartido* de Nestlé, dedicado específicamente a la nutrición. Este informe sirve para documentar los esfuerzos y las iniciativas con los que Nestlé ayuda a un gran número de personas en todo el mundo a satisfacer sus necesidades nutricionales y a mantener una dieta de calidad. Espero que los lectores de este informe perciban que Nestlé es una empresa guiada tanto por nuestros principios de negocio como por la ciencia de la nutrición. Buena parte del crecimiento de Nestlé se debe al hecho de que en nuestra empresa contamos con la mayor red privada del mundo de centros de investigación y desarrollo sobre nutrición.

También hay que señalar que, aunque nuestra aspiración es ayudar a los consumidores a seguir una dieta más sana y nutritiva, y aunque nuestros alimentos son consumidos por prácticamente todas las capas sociales de la economía de mercado, aún existe una parte considerable de la población mundial que vive fuera de ese tipo de economía y a la que no le llegan nuestros productos. El desarrollo económico, especialmente en las zonas rurales, es clave para mejorar la nutrición de las personas que están en la posición inferior de la pirámide nutricional. Nestlé viene contribuyendo al desarrollo económico desde hace muchísimos años, principalmente gracias al trabajo con agricultores y ganaderos y con 500 fábricas situadas en zonas rurales, la mitad de ellas en países en desarrollo. Nestlé empezó a trabajar en esos países en la década de 1920, primero con propietarios de pequeñas granjas lecheras, ayudándoles a aumentar su productividad y sus ingresos y proporcionándoles apoyo técnico gratuito, microcréditos e infraestructuras rurales. Hoy en día, Nestlé trabaja directamente con unos 600.000 agricultores y ganaderos de todo el mundo, y ha ayudado a millones de estas personas a salir de la pobreza. Nestlé y los granjeros, sobre todo los que trabajan en el negocio de la leche, el café y el cacao, prosperan juntos.

Espero que este informe le anime a hacernos llegar sus ideas para poder ayudar más a la gente de todo el mundo a mejorar la calidad de su dieta, su salud y su bienestar y que, al hacerlo, mejoremos también nuestro negocio y la rentabilidad para los accionistas.

Paul Bulcke
Consejero Delegado de Nestlé S.A.

# Estado de la nutrición en el mundo

Dr. Kraisid Tontisirin y Dr. Pattanee Winichagoon

**El contexto global en el que se enmarcan las actividades de Nestlé influye en nuestras iniciativas de Nutrición, Salud y Bienestar, y colaboramos con un amplio número de expertos a la hora de desarrollar estrategias para hacer frente a las necesidades de nutrición. Los doctores Tontisirin y Winichagoon tratan a continuación de los principales temas nutricionales planteados en el mundo actual.**

## Un escenario global complejo

El concepto de nutrición adecuada o bienestar nutricional, o «seguridad nutricional», como también se denomina, es aquella situación en la que se tiene acceso a suficientes alimentos con la calidad y seguridad adecuadas y que se consumen de modo que el cuerpo satisface todos sus requisitos de macro y micronutrientes. Así, la seguridad nutricional, en cuanto a las condiciones de seguridad de los alimentos se refiere, tiene que ver con su disponibilidad y distribución, su higiene, la salubridad medioambiental, el agua potable y la protección y promoción sanitaria básicas, tales como los cuidados materno e infantil y la inmunización.

En las últimas décadas la ciencia nutricional ha demostrado con claridad la importancia de la nutrición para la salud y el bienestar general. Una nutrición adecuada proporciona inmunidad suficiente para prevenir las infecciones causadas por virus y bacterias, mejora el desarrollo cognitivo y la capacidad de aprendizaje y aumenta el rendimiento físico y la productividad laboral. Una nutrición desmedida produce exceso de peso, obesidad y enfermedades crónicas relacionadas con la dieta (como niveles excesivos de grasa en la sangre, hipertensión, diabetes, enfermedades cardiovasculares y algunos tipos de cáncer). Durante mucho tiempo se ha utilizado incorrectamente el término «malnutrición» para aludir a carencias nutricionales debidas a las enfermedades habituales relacionadas con la desnutrición y la pobreza. La reciente epidemia mundial de «sobrenutrición» ha afectado ampliamente a poblaciones de países tanto desarrollados como en desarrollo y a todas las clases socioeconómicas. De ahí que el escenario nutricional del siglo XXI sea más complejo que el de décadas anteriores. Muchos países se enfrentan actualmente a los problemas que acarrea la «doble carga de la malnutrición» (DBM, por las siglas en inglés de double burden of malnutrition), que se refiere a la coexistencia de nutrición insuficiente y nutrición excesiva en un mismo grupo de población o incluso en una misma comunidad, hogar o individuo.

## Se han realizado algunos avances, pero existen grandes desafíos

La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) y la Organización Mundial de la Salud (OMS) organizaron conjuntamente la Conferencia Internacional sobre Nutrición de 1992, con el propósito de obtener el compromiso de las naciones miembro y la comunidad internacional con los objetivos y estrategias de prevención y control de la malnutrición. Esta iniciativa y otros movimientos que la siguieron a escala mundial consiguieron reducir la desnutrición infantil y la falta de micronutrientes en su dieta y, hasta cierto punto, la desnutrición materna en los últimos veinte años. Sin embargo, cálculos recientes de la FAO mostraron que más de 840 millones de personas siguen en situación de «inseguridad alimentaria», una afección que se mide por el acceso y disponibilidad de energía alimentaria para cubrir las necesidades de la población. Unos 20 millones de niños nacían con bajo peso (BPN o insuficiencia ponderal del recién nacido, <2.500g), lo que indica una nutrición deficiente durante la gestación. La insuficiencia ponderal del recién nacido es un factor de riesgo importante de desnutrición después del parto y, en consecuencia, de un deterioro del rendimiento físico y cognitivo. También es un factor de alto riesgo de enfermedades crónicas relacionadas con la dieta en posteriores fases de la vida. En los países en desarrollo siguen siendo habituales el raquitismo y la falta de peso, los cuales afectan respectivamente a 178 millones y 140 millones de niños de menos de 5 años. Cada año mueren unos 5 millones de bebés y niños menores de 5 años como consecuencia directa o indirecta de la desnutrición. Las crisis alimentarias agravan además la situación en países en los que existe una falta de desarrollo persistente, como en África, partes de Asia y Latinoamérica.

La insuficiencia de micronutrientes ha afectado a 2.000 millones de personas en todo el mundo, sobre todo en países en desarrollo. Las carencias de vitamina A, hierro y yodo son algunas de las más habituales y significativas en la salud pública y son causantes de funcionalidad reducida, morbilidad y mortalidad. En los últimos años, en algunos países las deficiencias de zinc, ácido fólico y vitamina D también se han convertido en causas de preocupación en materia de la salud pública. Estos problemas aumentan

**«La preocupaciones relacionadas con la nutrición y la seguridad de los alimentos implican a personas que no tienen acceso físico o económico a alimentos que satisfacen sus necesidades, mientras que ‹la doble carga de la malnutrición› incluye la coexistencia de la nutrición insuficiente y el exceso de nutrición en los mismos grupos de población, hogares o incluso individuos, como son las personas que sufren de obesidad y anemia.»**

Dr. Kraisid Tontisirin,
Profesor emérito, Mahidol University, Tailandia

**Se puede ver la entrevista completa en la página www.nestle.com/csv/stories**

considerablemente la carga de la enfermedad y las presiones económicas. Por ejemplo, se ha calculado que la falta de vitamina A y zinc supone un 9% de los años de vida ajustados por discapacidad (AVAD) infantil en el mundo. A pesar de que las carencias de hierro y yodo suponen sólo un 0,2% de los AVAD de los niños a escala mundial, sus consecuencias negativas para la capacidad cognitiva y de aprendizaje están suficientemente probadas. La ferropenia, como causa principal de anemia, contribuye significativamente a la mortalidad materna en países menos desarrollados, sobre todo del sur de Asia y África. En conjunto, las carencias de micronutrientes siguen afectando considerablemente a la salud y capacidad humanas en un buen número de países en desarrollo.

Por otro lado, hay 1.600 millones de personas adultas con exceso de peso en el mundo y, de ellos, 400 millones son obesos. Más del 70% de estas personas obesas y con sobrepeso pertenecen a estratos socioeconómicos medios y bajos. El rápido aumento de la obesidad infantil, que ya afecta a 20 millones de niños menores de 5 años, es una realidad alarmante. Se prevé que para 2015 el número de personas con sobrepeso llegue hasta los 2.300 millones y que la obesidad afecte a 700 millones de personas. El 60% de las muertes se deberá a diabetes, hipertensión, enfermedades cardiovasculares y cáncer de determinados órganos. El 80% de esas muertes corresponderá a países en desarrollo. Datos epidemiológicos han revelado además que la insuficiencia ponderal neonatal o BPN es un factor de riesgo a largo plazo importante de obesidad y enfermedades crónicas relacionadas con la dieta.

En resumen, los problemas de alimentación y nutrición actuales están relacionados con la doble carga de la malnutrición, o DBM por sus siglas en inglés: la incidencia conjunta de nutrición deficiente y nutrición excesiva que ya es un fenómeno habitual en países en desarrollo con un ritmo de desarrollo rápido. La nutrición insuficiente y el exceso de nutrición no pueden considerarse como problemas separados, ya que comparten el mismo origen de malnutrición *in utero*. Y aún más: la nutrición es el vínculo entre alimentación y salud que subyace al entorno socioeconómico, cultural y político de una comunidad y que, a su vez, recibe la influencia de la globalización. Es necesario abordar las cuestiones de malnutrición de forma horizontal en varios sectores (agricultura, salud, educación, desarrollo, comercio, finanzas), a nivel social, a todos los niveles de la infraestructura administrativa y desde un punto de vista político.

### Nutrición, cambios demográficos y desafíos socioeconómicos

El éxito de la planificación familiar y las mejoras en el cuidado de la salud desde la década de 1980 han dado lugar a un fuerte cambio de los perfiles demográficos de varios países en desarrollo, un modelo compartido con los países desarrollados. La reducción de la mortalidad infantil y en menores de un año y una mayor esperanza de vida han dado

1

2

3

1

**Desafíos relativos a la desnutrición**
La pobreza es una de las grandes causas subyacentes a la inseguridad nutricional y alimentaria, y ha contribuido a la desnutrición en los países en desarrollo.

2

**Vivir más años**
Una mayor esperanza de vida, principalmente en los países recientemente industrializados, significa que una mayor proporción de necesidades nutricionales y sanitarias deberán asignarse al cuidado de las personas mayores.

3

**Sobrealimentación**
La reciente epidemia global de obesidad y enfermedades crónicas relacionadas con la dieta, como puede ser la hipertensión, ha afectado a la población tanto de países desarrollados como en vías de desarrollo y a todos los grupos socioeconómicos.

**El escenario nutricional del siglo XXI es más complejo que el de las décadas anteriores. Muchos países se enfrentan actualmente a los problemas que acarrea la «doble carga de la malnutrición» (DBM, por las siglas en inglés de double burden of malnutrition), que se refiere a la coexistencia de nutrición insuficiente y nutrición excesiva en un mismo grupo de población o incluso en una misma comunidad, hogar o individuo.**

como resultado un rápido aumento de la proporción de ancianos, especialmente en los países recientemente industrializados. Las necesidades nutricionales y de salud cambiarán; se pasará de dirigir los recursos a programas para madres y niños a asignar una proporción más elevada al cuidado de una población que envejece, para promover una vida sana y prevenir la discapacidad prematura y la muerte.

La pobreza ha sido una de las grandes causas subyacentes a la inseguridad nutricional y a la de los alimentos y ha contribuido a la malnutrición y a un escaso desarrollo en general. El analfabetismo nutricional y la falta de conocimientos adecuados y de prácticas de cuidado de los bebés y niños por las madres persisten tanto en sectores de población tradicionales como en los económicamente desarrollados. Además, infecciones comunes y nuevas enfermedades infecciosas, como las relacionadas con la diarrea, las del aparato respiratorio y las parasitarias siguen siendo frecuentes en países con un bajo nivel de desarrollo. Las nuevas infecciones, VIH/SIDA, la reaparición de la tuberculosis, relacionada o no con el VIH, y la malaria afectan a un gran número de personas en muchos países de África y parte de Asia. También los conflictos civiles impiden el desarrollo de la capacidad humana y empeoran la situación alimentaria y nutricional de algunos países pobres en desarrollo.

Los últimos avances en tecnología, transporte y comunicaciones hacen posible conectar distintas partes del mundo en muy poco tiempo, y la llamada «globalización» tiene un impacto visible en el sistema alimentario, desde la producción de alimentos hasta su almacenaje, procesamiento y distribución. Además, la proliferación de supermercados aumenta los canales de distribución de alimentos, y la calidad y la seguridad siguen requiriendo la existencia de buenos sistemas de control de calidad. La comercialización y publicidad de los alimentos influyen considerablemente en la disponibilidad y el surtido, y llegan a modificar las culturas de muchas sociedades tradicionales en cuanto a la alimentación. El aumento del consumo de alimentos más grasos y azucarados se ha convertido en un fenómeno global. Muchos países en desarrollo están experimentando una rápida urbanización, mucho más rápida que la registrada en los países occidentales el siglo pasado. Además, la gente que vive en zonas urbanas tiene un estilo de vida más sedentario, tanto en su entorno laboral y personal como en su tiempo de ocio. Todo ello ha dado lugar a cambios cada vez más claros de hábitos alimentarios y de actividad física y ha generado problemas de exceso de nutrición y enfermedades crónicas relacionadas con la dieta.

Durante los últimos meses de 2007 y la primera mitad de 2008, aumentó el coste de la producción de alimentos, ya que los precios de los fertilizantes se triplicaron y los costes del transporte se duplicaron por la subida del precio de la gasolina. Los países productores de alimentos reaccionaron inmediatamente aplicando políticas comerciales a corto plazo, tales como la prohibición de las exportaciones de arroz, precios mínimos de exportación, subidas de los precios mínimos de compra, mayores subvenciones para el suministro agrícola, reducción de las tarifas de importación de grano de primera necesidad, venta de existencias de arroz a precios subvencionados o utilización de los stocks públicos. Estas intervenciones políticas han podido distorsionar los precios de mercado y de los alimentos. Aunque no deja de ser especulativo, unos precios más altos de los alimentos pueden provocar un cambio en el patrón adquisitivo y dietético de los hogares. La compra de menos variedad de alimentos de origen animal, frutas y verduras, saltarse comidas, el cambio de métodos culinarios y la reduccion de la calidad de los alimentos complementarios para los niños son los ajustes o las estrategias de adaptación más probables en los hogares afectados por la «inseguridad alimentaria». La consecuencia que cabe esperar es un aumento de la desnutrición en los niños y carencias de micronutrientes en niños, mujeres y otros grupos vulnerables.

La crisis alimentaria de principios de 2008, caracterizada por una reducción de la producción de alimentos y del suministro de cereales, se asocia a los cambios climáticos y a una mayor demanda de biocombustibles (procedentes del maíz, el azúcar o el aceite de palma) en paralelo al aumento del precio del petróleo, los cuales dan lugar a subidas drásticas y significativas del precio de los alimentos. El aumento de la demanda de cereales en los países de rápido desarrollo económico fue superior al de la producción de alimentos, lo que redujo el nivel de existencias e incrementó la volatilidad de los precios. La producción mundial de cereales bajó un 3,6% en 2005; en 2006 la situación fue aún peor, con una caída del 6,9% debida a la sequía sufrida en países que se autoabastecían de cereales. En 2007 y 2008 los precios de los alimentos registraron fuertes subidas, de las que más del 60% se produjeron en la primera mitad de 2008. Las existencias de cereales alcanzaron entonces su nivel más bajo. Se comprobó la tendencia al

aumento de los precios tanto de alimentos de consumo básico (cereales y legumbres) como no básico (aceite, verduras, carne, productos lácteos, etc.). Se calculó que un aumento del 25% de los precios alimentarios daba lugar a una reducción del 10% del poder adquisitivo y que más de la mitad de los ingresos de las personas pobres se dedicaba a la compra de alimentos.

**Avance de los estudios científicos/tecnológicos**

El desarrollo científico y tecnológico de las últimas décadas ha dado lugar a varios cambios en el campo de las ciencias relacionadas con los alimentos y la nutrición. La agronomía ha contribuido a aumentar el suministro de alimentos gracias a una producción más eficiente tanto en calidad como en cantidad. La revolución verde ha provocado un incremento considerable del suministro de grano de consumo básico, y el bioenriquecimiento ha formado parte de los continuos esfuerzos por mejorar el contenido y la disponibilidad de micronutrientes. Entre los últimos logros se encuentran el uso de técnicas tradicionales de cultivo de plantas y la cartografía genética, la identificación de cultivos con alto contenido de micronutrientes (como el hierro y el zinc en el arroz) a partir de bancos de genes y el uso de la ingeniería genética para aumentar el contenido de carotenoides en el arroz dorado. Se han realizado pruebas en esos productos bioenriquecidos para garantizar la biodisponibilidad de estos micronutrientes. Aun cuando susciten polémica en algunos países, los OGM (organismos modificados genéticamente) han resultado ser útiles para reducir la necesidad de insecticidas y pesticidas y mejorar la tolerancia de plantas a tierras poco fértiles y frente a la escasez de agua.

Se han aplicado una serie de técnicas de procesamiento y conservación para aumentar la calidad nutricional de los alimentos. El enriquecimiento de los alimentos, una estrategia menos exigente y orientada al comportamiento, se ha introducido en todo el mundo con el fin de aumentar los micronutrientes que son importantes desde el punto de vista de la salud pública. El sector privado ha puesto al alcance del público otros suplementos nutritivos, entre ellos los ácidos grasos y los aminoácidos, en productos de valor añadido. Además, una mejor cría de animales, la promoción de la horticultura familiar y el aumento de la calidad proteínica de las plantas (como la composición de aminoácidos), así como los aspectos sensoriales (sabor, textura) han hecho aumentar las fuentes de alimentos ricos en proteínas. Los sustitutos de los lípidos y los hidratos de carbono (productos de consumo básico no refinados, hidratos de carbono sin calorías, sucedáneos de grasas y azúcares) que se utilizan en los productos de alimentación procesada se han desarrollado y se están promocionando como una ayuda para el control del peso, la obesidad y otras enfermedades crónicas relacionadas con la dieta. Se ha comprobado que los prebióticos y los probióticos, que se han puesto tan de moda y de los que se dice que mejoran la salud intestinal, son eficaces para reducir la diarrea y aumentar la inmunidad.

**Los objetivos nutricionales sólo pueden alcanzarse aplicando iniciativas que aborden múltiples facetas y capaciten a las personas con programas tanto de alimentación y nutrición como de otros no vinculados a la nutrición. Las lecciones aprendidas de los países que han conseguido resultados positivos muestran que, además de implantar y mantener programas de mejora del bienestar nutricional, hay que abordar los problemas de forma holística, y que los efectos solo se perciben una vez transcurrido un periodo de tiempo razonable.**

Por último, el desarrollo y la innovación de herramientas de valoración y de la tecnología alimentaria y nutricional han contribuido a obtener mejores análisis de la composición de los alimentos (nutrientes y otros ingredientes funcionales), así como a crear nuevos patrones de la OMS sobre crecimiento infantil que emplean instrumentos de valoración y control nutricionales más sencillos. También ha posibilitado la disponibilidad de equipos que permiten comprobar la seguridad de los alimentos y el sistema de garantía de calidad. Estas herramientas son fundamentales para evaluar la situación y las tendencias y para proporcionar, potencialmente, instrumentos más simples de valoración del impacto de las políticas y programas que abordan el problema de la malnutrición.

**Nutrición global y concienciación social**

La desnutrición es ampliamente conocida por:

- las campañas globales sobre nutrición y la gran cantidad de publicidad que se le ha dedicado en los últimos 20 ó 30 años;
- la documentación existente sobre el éxito de programas a gran escala;
- la cobertura de la última crisis alimentaria por parte de los medios de comunicación.

Por desgracia, al tiempo que se reduce la desnutrición, algunos países «en transición» han tenido que enfrentarse al rápido aumento de los problemas de obesidad y enfermedades crónicas relacionadas con la dieta. Ya se ha demostrado y reconocido el papel que desempeñan las dietas, el entrenamiento y el ejercicio físico en la prevención y el control de esos problemas. No obstante, aún no se ha conseguido concienciar totalmente a la clase política en lo relativo a los conocimientos obtenidos mediante la investigación y a la implantación de medidas de prevención y control. Es urgente aplicar campañas específicas y programas

públicos eficientes (modelos de mejores prácticas y sus efectos sobre las actividades física y nutricional). Es importante aumentar la publicidad de estos problemas emergentes, pero también hay que tomar conciencia de la persistente desnutrición de algunos sectores de la población y los problemas recurrentes relacionados con la reciente crisis alimentaria. Por ello, la prevención y el control de la insuficiencia ponderal del recién nacido tendrán que planearse de forma estratégica para abordar las dos caras del problema de la malnutrición.

### Políticas y programas destinados a afrontar la doble carga de la malnutrición

Pese a la importancia que una buena nutrición tiene para el capital humano y el desarrollo de las naciones, la actuación política en defensa de la nutrición ha sido una tarea desalentadora en muchos países en desarrollo. Los objetivos sólo pueden alcanzarse mediante la aplicación de iniciativas que aborden múltiples facetas y sensibilicen a la población, a través tanto de programas nutricionales como no nutricionales. Las lecciones aprendidas de los países que han conseguido resultados positivos muestran que, además de implantar y mantener programas de mejora del bienestar nutricional, hay que abordar los problemas de forma holística y que los efectos sólo se perciben una vez transcurrido un periodo de tiempo razonable. Algunas de las actuaciones clave para conseguir prevenir y controlar con éxito la malnutrición son las siguientes:

- aumentar la eficiencia de la producción de alimentos y garantizar un suministro, a consumidores y comerciantes, de alimentos seguros y nutritivos;
- enriquecimiento nutritivo de los alimentos, distribución, comercialización y acceso a ellos por parte de las personas pobres, que son las más susceptibles de sufrir malnutrición;
- suplementos dietéticos (dando prioridad a la energía, las proteínas, las vitaminas y los minerales) para grupos de alto riesgo o personas que se encuentran en situaciones de emergencia;
- regulación y control de los alimentos para garantizar su calidad y seguridad;
- alfabetismo nutricional y comportamiento alimentario: comunicación y educación pública;
- apoyo y protección a grupos vulnerables (incluida una «red de seguridad» para los grupos desfavorecidos);
- servicios sanitarios básicos, servicios de salud materno-infantil (asistencia prenatal, control y seguimiento del crecimiento, inmunización) y cuidados médicos básicos;
- higiene y aumento del suministro de agua y de instalaciones sanitarias e higiene;
- programas de ejercicio físico en distintos entornos, como escuelas, lugares de trabajo e instituciones.

### Implementación estratégica

Para que la cobertura llegue a todos los grupos es esencial establecer programas integrales para toda la comunidad y

1

**Agricultura sostenible**
La mejora de la productividad agrícola exige la conservación de los recursos naturales, la expansión de la infraestructura rural y una mayor capacidad para la generación y divulgación de información sobre nutrición.

2

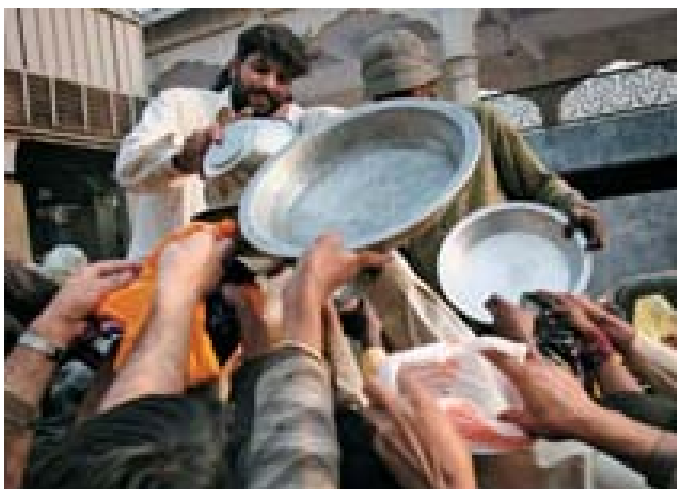
**¿Alimentos o combustible?**
La creciente demanda de biocombustibles derivados de cosechas de maíz, azúcar y aceite de palma contribuyó a reducir la producción de alimentos y, al mismo tiempo, a aumentar significativamente el coste de los alimentos a comienzos de 2008.

3

**Dieta básica, oferta inestable**
El aumento de la demanda de cereales en los países de rápido desarrollo económico fue superior al de la producción de alimentos, lo que redujo el acceso a estos últimos e incrementó la volatilidad de los precios.

1, 2

3



en los que la gente participe. Ya se han implantado con éxito programas comunitarios a gran escala en localidades (distritos o municipios) de Tailandia, Indonesia, Vietnam y China, entre otros países. Uno de los factores más importantes es el compromiso a escala nacional: concebir estrategias sensatas para mejorar la alimentación y la nutrición y hacer de ésta un objetivo de desarrollo. Aunque la mayoría de los países en desarrollo pueden carecer de infraestructuras, se ha demostrado que es posible y resulta efectivo optimizar e institucionalizar los recursos necesarios adaptándolos a los contextos locales. A nivel social, las actuaciones deberían incluir servicios básicos, transporte público e iniciativas relacionadas con la prevención de la DBM (doble carga de la malnutrición) que alcancen a toda la población. Algunas de las claves del éxito son la disponibilidad de servicios sociales básicos, de propiedad y participación comunitaria, con cobertura suficiente, las actuaciones con objetivos determinados y el desarrollo de la capacidad a todos los niveles.

La mejora de la productividad agrícola y la reducción del hambre exigen una agricultura sostenible y el desarrollo rural. Entre las actividades más necesarias se encuentran el desarrollo y la conservación de los recursos naturales, la ampliación de las infraestructuras rurales y el fortalecimiento de la capacidad de generar y difundir los conocimientos. También hay que garantizar el acceso a los alimentos de los más necesitados mediante «redes de seguridad». Las actuaciones dirigidas a mejorar la disponibilidad de alimentos y el acceso a los mismos por parte de las personas más pobres deben incluir la producción de alimentos, las actividades generadoras de ingresos y los programas de redes de seguridad que proporcionen a las familias más necesitadas el acceso directo y el consumo de alimentos apropiados. La formación sobre alimentación y nutrición debería contemplar el fomento de las buenas prácticas agrícolas, de suministro de alimentos y de nutrición, y podría impartirse mediante servicios de agricultura, sanidad, educación y otros sistemas de desarrollo. Puede utilizarse un enfoque de cadena alimentaria para garantizar un suministro seguro y nutritivo; habría que actuar a distintos niveles de gestión y en distintos puntos de la cadena de alimentos.

También sería necesario contar con sistemas efectivos de control alimentario basados en leyes y normativas y en una gestión adecuada. Hay que establecer servicios de inspección y pruebas de laboratorio que permitan supervisar los alimentos que están ya en el mercado y recoger datos epidemiológicos cuando se producen casos de intoxicación alimentaria. Es posible aplicar enfoques basados en el riesgo y en el derecho a la alimentación para garantizar que todas las personas tengan acceso a alimentos en la cantidad y con la calidad suficientes.

Las estrategias e iniciativas basadas en la alimentación y dirigidas a prevenir y controlar la DBM deben garantizar la seguridad de los alimentos, el suministro de alimentos seguros y nutritivos al consumidor y la educación y comunicación del consumidor respecto a la alimentación, la dieta y la nutrición. Para disminuir las carencias de micronutrientes, se podría actuar de forma específica y directa, por ejemplo, con suplementos alimenticios, con programas de alimentación y con el enriquecimiento de los alimentos.

Dada la estrecha relación entre nutrición e infecciones, es fundamental proporcionar atención sanitaria primaria, cuidados básicos de salud y servicios médicos para que los programas de nutrición tengan éxito. Pueden emplearse indicadores de nutrición para establecer sus objetivos y comprobar su impacto. Otras medidas fundamentales de salud pública son: educación en salud y nutrición; inmunización; suministro de agua; condiciones básicas de higiene; eliminación de lombrices, según sea preciso, y mosquiteras tratadas con insecticida (en zonas donde la malaria es endémica); y tratamiento de la malaria y otras enfermedades comunes. Además, puede ser importante controlar el consumo de tabaco, fomentar el ejercicio y la actividad física, y proporcionar asistencia social y familiar para prevenir y controlar las enfermedades crónicas relacionadas con la dieta.

**Alianzas y colaboraciones: sector público y sector privado**

El objetivo de los acuerdos de colaboración público-privados debería ser lograr la seguridad de los alimentos y la nutrición para todos; es decir, que la gente tenga la capacidad física y económica para adquirir, consumir y disfrutar de alimentos nutritivos y seguros que hagan posible el bienestar nutricional a lo largo de su ciclo de vida.

Las colaboraciones entre el sector público y privado pueden iniciarse estableciendo un diálogo y creando confianza y responsabilidad para producir y suministrar una serie de alimentos y dietas más saludables para el consumidor. Esos acuerdos de colaboración constituirán un excelente contexto para la educación y la comunicación en materia de alimentación y nutrición, y proporcionarán a los consumidores la información práctica y fidedigna que necesitan para adoptar y seguir una dieta saludable que les permita llevar una vida activa y sana. Podrían diseñarse muchos más proyectos y actividades de colaboración cuyo objetivo sea mejorar la nutrición de los grupos de población más vulnerables y que llevan tiempo sufriendo la doble carga de la malnutrición. Cabe mencionar, entre otras medidas, el enriquecimiento de alimentos con vitamina A, hierro y otros micronutrientes esenciales; el fomento de comidas escolares y de programas de actividad física en las escuelas; proyectos de agricultura y producción de alimentos en comunidades; la contratación de trabajadores para que puedan generar ingresos y la conservación del medioambiente. El desarrollo de la capacidad a varios niveles en la formulación del proyecto y en el establecimiento de programas podría reforzarse con la educación y la formación. «Aprender haciendo» podría ser uno de los elementos principales de esa colaboración, lo que a su vez daría lugar a un desarrollo sostenible.

# Sobre este informe

**Nuestras principales áreas de enfoque**
Nestlé ha adquirido el compromiso de informar abiertamente sobre sus resultados y sus avances, y de ir mejorando esa información para incluir los temas que más interesan a Nestlé y a sus grupos de interés. Desde la publicación de nuestro primer informe de Creación de Valor Compartido en 2005, *El Concepto de Responsabilidad Social Corporativa de Nestlé según se ha implementado en Latinoamérica,* hemos ido desarrollando información y técnicas de medición formal y ha ido aumentando nuestra comprensión de numerosos aspectos relacionados. Como resultado, nos hemos fijado tres prioridades a largo plazo que creemos son de importancia crítica para el crecimiento del valor para el accionista y la sociedad:

- Nutrición: elaborar alimentos y bebidas más nutritivos, de mejor sabor y más asequibles para consumidores de distinto poder adquisitivo;
- Agua: garantizar su disponibilidad para nuestro negocio y asegurar y garantizar el acceso de la población al agua potable, especialmente en las regiones más vulnerables;
- Desarrollo rural: invertir en operaciones, en estrecha colaboración con proveedores y consumidores de los mercados emergentes, para aumentar nuestra presencia y mejorar la calidad de vida de las comunidades rurales en general.

**Nuestra información**
Tenemos la intención de publicar un informe sobre Creación de Valor Compartido cada dos años. En años alternos y empezando con este documento de 2008, informaremos con más profundidad sobre una de las tres prioridades indicadas. Esta publicación se dedica a la primera de ellas, la nutrición, y describe cuál es el enfoque de Nestlé respecto a productos de valor nutricional superior a los de nuestros competidores, que contribuyen positivamente tanto al bienestar de los consumidores como al rendimiento financiero de Nestlé. Puede encontrar más información sobre datos clave de la Creación de Valor Compartido en 2008, así como cuestiones de gestión medioambiental y salud y seguridad en el trabajo, en nuestro *Informe de Gestión de 2008* y en la página www.nestle.com.

**Puede ver un video donde se explica cómo aplicamos el concepto de Crear Valor Compartido en Nestlé en nuestra página www.nestle.com/csv/stories**

**Contenido del informe**
Empezaremos examinando el papel que desempeña la ciencia en nuestro enfoque.

Después revisamos de qué modo contribuyen nuestros productos a mejorar las dietas, apoyando el control del peso y abordando las necesidades dietéticas específicas de grupos de consumidores concretos. También destacaremos cómo nos comunicamos con nuestros consumidores, empleados y la comunidad en general para aumentar los conocimientos, la concienciación y la comprensión de las cuestiones nutricionales y los beneficios que aportan los productos de Nestlé. Por último, explicaremos de qué forma contribuimos a satisfacer las necesidades básicas de los consumidores en cuanto al acceso a alimentos asequibles y nutritivos, y lo que aportamos mediante ellos al desarrollo rural.

**Alcance del informe**
Salvo que se indique lo contrario, la información incluida en este informe se refiere a 31 de diciembre de 2008 para los negocios de alimentación y bebidas de Nestlé. El contenido del informe ha sido revisado por Bureau Veritas, cuya declaración de garantía de veracidad aparece en la página 71. En nuestro esfuerzo por seguir desarrollando nuestro enfoque hacia la Creación de Valor Compartido, consideraremos la posibilidad de ampliar el alcance de nuestra información.

**Una lista completa actualizada de los indicadores clave de rendimiento relativos a otras áreas de nuestro negocio figura en la página www.nestle.com/csv**

**Principales desafíos**
A lo largo de este informe, y en respuesta a comentarios recibidos de grupos de interés externos, destacamos para nuestros lectores los asuntos, dilemas y desafíos de interés relacionados con la Creación de Valor Compartido a través de la nutrición.

**Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas**
Los Principios Corporativos Empresariales de Nestlé incorporan los 10 Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas (PMNU) sobre Derechos Humanos, Trabajo, Medio Ambiente y Lucha contra la Corrupción. También contribuimos a los Objetivos de Desarrollo del Milenio de la ONU (OMD), que aspiran a un cambio positivo y sostenible.

Aunque este documento no hace referencia específica al avance respecto a los Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, sí presenta a lo largo del texto ejemplos de acciones relacionadas con los Derechos Humanos, sobre todo en la sección que trata el Cumplimiento del Código de la OMS (página 44) y la titulada Mejorar la nutrición en los países en desarrollo (a partir de la página 60). Asimismo, en el apartado Mejorar los conocimientos sobre nutrición en el lugar de trabajo (página 54) se tratan temas vinculados a los Principios sobre el Trabajo.

## Soluciones científicas a las necesidades de nutrición
**(páginas 14–21)**

Nestlé es líder mundial en ciencia de la nutrición, ya que cuenta con los mayores recursos del mundo de investigación privada sobre nutrición. En 2008 Nestlé invirtió aproximadamente 1.980 millones de CHF en sus 26 centros de investigación, tecnología y desarrollo en Alimentación y Bebidas, y en su extensa red de alianzas con otras organizaciones. En concreto, estamos ampliando nuestra presencia en China mediante inversiones adicionales en nuestro centro de I+D de Shanghai y en un nuevo centro de I+D en Pekín. Una vez esté totalmente operativo, este nuevo centro, que se inauguró en octubre de 2008, supondrá un aumento del número de científicos y técnicos de Nestlé Research que trabajan en China, hasta más de 100, lo que nos permitirá estudiar en profundidad los ingredientes chinos tradicionales y sus posibles beneficios para la salud en productos de Nestlé.

En las páginas 18 y 21 puede encontrar más información sobre cómo estamos reforzando nuestro compromiso con la innovación basada en la ciencia y el desarrollo de productos en China.

## Mejora de la calidad de alimentos y dietas
**(páginas 22–29)**

Nestlé se propone contribuir de forma importante a mejorar la calidad de la dieta y la salud de las personas. En este sentido, trabajamos para reducir la cantidad de azúcar, sal y grasas en nuestros productos, al tiempo que mantenemos el sabor, el valor nutricional y la seguridad de los alimentos. Por ejemplo, hemos eliminado 290.000 toneladas de azúcar de nuestros productos entre enero de 2003 y diciembre de 2007. También somos el mayor enriquecedor de alimentos del mundo, añadiéndoles micronutrientes como hierro, vitaminas y minerales necesarios para mantenerse saludable. En respuesta a la ingesta insuficiente de micronutrientes, característica de los países en desarrollo, Nestlé está ofreciendo su gama de productos lácteos *Nido* en formatos asequibles y enriqueciéndolos para suplir las carencias de micronutrientes más habituales de cada país. Se calcula que, dentro de 3 años, estos productos habrán llegado a 11 millones de consumidores de todo el mundo.

En la página 26 puede encontrar más información sobre innovación y renovación de nuestras recetas.

## Prevención de la obesidad y control del peso
**(páginas 30–37)**

Uno de los aspectos del enfoque múltiple de Nestlé en la prevención de la obesidad y el control del peso es la creación de marcas líderes, como *Lean Cuisine,* de *Stouffer,* en Estados Unidos. Las ventas de *Lean Cuisine* (platos congelados y aperitivos basados en el control de las porciones y de contenido calórico limitado) han hecho aumentar el número de raciones de verduras y alimentos integrales consumidos por la población estadounidense. El propósito de Nestlé Waters es ofrecer bebidas sin calorías o de bajo aporte calórico en envases cómodos y seguros, como alternativa a las bebidas calóricas. El sistema de adelgazamiento Jenny Craig en Estados Unidos y Australia ayuda a las personas que desean perder peso mediante el asesoramiento y el control de las comidas en cuanto a contenido calórico.

En las páginas 32–34 puede encontrar más información sobre el considerable impacto que *Lean Cuisine* está teniendo en la dieta de los estadounidenses.

## Satisfacer los requisitos nutricionales de grupos con necesidades específicas

(páginas 38–47)

Nestlé es líder en soluciones para personas que tienen necesidades nutricionales específicas. Presente en más de 100 países, Nestlé Nutrition produce alimentos y cereales infantiles altamente nutritivos, que son cruciales para un crecimiento y desarrollo adecuados. Nestlé ha adquirido el compromiso de respaldar la lactancia materna como la mejor alimentación inicial para los bebés; pero, para aquellas madres que no amamanten a sus hijos, elaboramos fórmulas para lactantes de la mejor calidad en sustitución de los sucedáneos habituales, como la leche entera de vaca. Nestlé Nutrition también elabora productos nutritivos para mejorar el rendimiento de los atletas y productos para personas aquejadas de determinadas dolencias. La nutrición clínica es otro de nuestros negocios principales; cubrimos las necesidades nutricionales de pacientes hospitalizados y de personas que viven en residencias de ancianos, de los cuales el 50% se encuentra malnutrido.

En la página 40 se explica cómo la experiencia de Nestlé está logrando aportar soluciones nutricionales esenciales para personas enfermas y ancianos.

## Más concienciación, comprensión y conocimientos sobre nutrición

(páginas 48–59)

Nestlé se propone informar a sus consumidores para que opten por una dieta y un estilo de vida saludables. A través de una amplia serie de programas de educación e iniciativas sociales, Nestlé estima que ha ayudado a unos 9,1 millones de consumidores de todo el mundo a adquirir una mayor conciencia sobre la importancia de la nutrición, la alimentación saludable y la actividad física. La intervención temprana en el campo de la nutrición puede desempeñar un papel importante en el crecimiento de niños sanos, por lo que las escuelas son una de nuestras prioridades.

En la página 52 encontrará más datos sobre los programas educativos en nutrición organizados o patrocinados por Nestlé y de otros programas en los que participamos.

## Mejorar la nutrición en los países en desarrollo

(páginas 60–69)

Además de ser la mayor fuente de enriquecimiento alimentario con micronutrientes del mundo, Nestlé ha diseñado una estrategia de negocio que, conscientemente, trata de llegar a la base de la pirámide de ingresos mediante Productos a Precio Popular. Estos productos ofrecen un alto valor nutricional a precios más bajos que con frecuencia se suministran mediante nuevos sistemas de distribución a domicilio. El alto grado de compromiso adquirido por Nestlé en el desarrollo rural también ha tenido un gran impacto en la nutrición, tanto para los granjeros, empleados y proveedores de la cadena de valor de Nestlé, como para los consumidores, que ahora tienen a su disposición un mayor número de alimentos nutritivos.

En la página 62 puede encontrar más información sobre el impacto en la salud pública que nuestros productos lácteos enriquecidos están teniendo en los consumidores de rentas bajas de los países en desarrollo.

14 **Soluciones científicas a las necesidades de nutrición**
22 Mejora de la calidad de alimentos y dietas
30 Prevención de la obesidad y control del peso
38 Satisfacer los requisitos nutricionales de grupos con necesidades específicas
48 Más concienciación, comprensión y conocimientos sobre nutrición
60 Mejorar la nutrición en los países en desarrollo

**Un líder destacado**
El Centro de Investigación de Nestlé en Lausana forma parte de la red de investigación nutricional privada más grande del mundo.
Véase página 16.

# Soluciones científicas a las necesidades de nutrición

**Necesidad nutricional** →

**Alimentos y bebidas de calidad, beneficiosos para la salud y con valor nutritivo.**

**La respuesta de Nestlé** →

**Amplia labor de investigación y capacidad de desarrollo, enfocada en los avances nutricionales de alimentos y bebidas; el papel que la nutrición puede desempeñar en el mantenimiento de la salud y el bienestar y un programa de lanzamiento dinámico de productos nuevos o renovados.**

**Creación de Valor Compartido**

**Productos de alto valor y calidad nutricionales, cuyos beneficios para la salud y el bienestar de los consumidores han quedado demostrados; mayor cuota de mercado para Nestlé y aumento de la rentabilidad financiera para nuestros accionistas.**

Liderazgo en investigación y desarrollo

# 1.980 millones

Inversión global en Nestlé Research, en CHF

**«Una de las mayores responsabilidades del NRC es anticipar las necesidades nutricionales y los alimentos del futuro. Los alimentos continuarán evolucionando y haciéndose más personalizados. Nestlé Research trabaja para cumplir los deseos de los consumidores en todas las etapas de su vida, ahora y en el futuro.»**

Profesor Peter van Bladeren, Catedrático y Director de Nestlé Science and Research

Se puede ver la entrevista completa en la página **www.nestle.com/csv/stories**

## La base en la ciencia

Los 142 años de historia de Nestlé empezaron con una innovación basada en la ciencia: una papilla a base de leche y cereales para lactantes que salvó la vida de un niño. Desde entonces, Nestlé ha ido creando alimentos y bebidas que aportan nutrición, salud y bienestar a los consumidores, desde bebés hasta ancianos y desde personas que están en excelente forma física a los más débiles y enfermos.

El crecimiento de Nestlé en su propósito de ofrecer nuevas soluciones de nutrición, salud y bienestar para satisfacer las necesidades de los consumidores se basa en la mayor organización privada del mundo en I+D en nutrición, que cuenta con unos 5.000 empleados*. Además, somos el mayor generador de información sobre nutrición para los científicos y hemos creado acuerdos de colaboración con otras organizaciones para tener el máximo acceso a I+D y a ciencia.

En 2008 invertimos 1.980 millones de CHF en Nestlé Research. Esta cifra, la más alta del sector, se ha duplicado con creces en los últimos 10 años.

## Nuestra red mundial de I+D

Nestlé Research es una red mundial de 26 centros de investigación, tecnología y desarrollo*. Su ámbito de actuación y su alcance son únicos. El Centro de Investigación Nestlé (NRC), uno de los mayores centros privados del mundo en investigación sobre alimentos, nutrición, salud, calidad y seguridad, trabaja en investigación básica, que se convierte en innovación y en proceso de productos en los Centros de Tecnología de Productos (PTC) que a su vez proporcionan conocimientos expertos relativos a categorías de productos. Por su parte, los Centros de I+D trabajan en estrecha colaboración con el NRC y los PTC para satisfacer las necesidades locales y proporcionar información preliminar a los Grupos de Aplicación locales. Esta red global se enriquece con la «innovación abierta», que acelera el proceso desde la investigación básica hasta la aplicación en el producto, mediante la inversión en una serie de instituciones de investigación y en empresas proveedoras.

Además, existen 280 Grupos de Aplicación en distintos países, cuya función es garantizar que los resultados del programa de investigación de Nestlé se ajustan a las necesidades y preferencias de los consumidores locales.

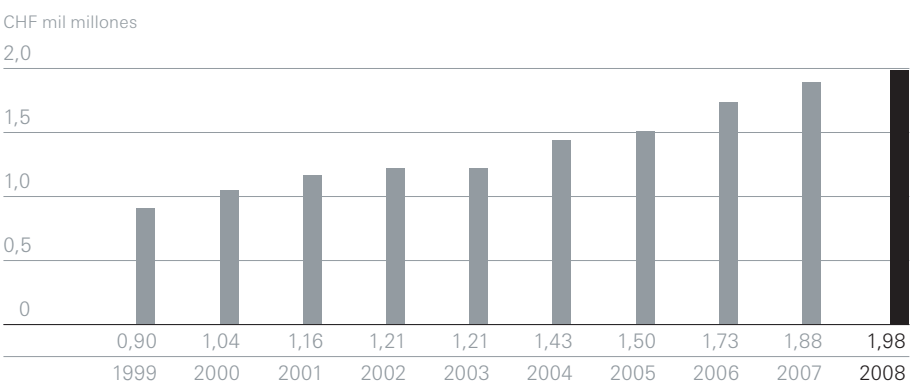
Más información en la página **www.nestle.com/nestleresearch**

### Alinear nuestros conocimientos

Nuestras cinco redes de expertos mundiales, cuya prioridad es la calidad y la seguridad, la nutrición, las preferencias sensoriales, la ciencia de la alimentación y las materias primas e ingredientes, garantizan que los resultados de Nestlé Research puedan interpretarse

*Centros de I+D en Alimentación y Bebidas

**Inversión en Nestlé Research, 1999–2008**



1

**Cultura de investigación**
Los productos probióticos son un área clave para Nestlé Research. Con más de 25 años de experiencia en la investigación de probióticos, los científicos de Nestlé están a la vanguardia de las aplicaciones innovadoras.

2

**Impulsando el conocimiento**
Nestlé Research abarca las áreas de nutrición, metabolismo y salud mediante un enfoque exhaustivo e integral. Nuestros científicos utilizan los ensayos clínicos para comprender cuestiones relativas al control del peso, la regulación del gasto energético y el rendimiento.

3

**Cuidando los detalles**
Los científicos de Nestlé utilizan microscopios electrónicos equipados con un sistema que toma imágenes digitales, para examinar las finas microestructuras de los alimentos y mejorar sus cualidades sensoriales y nutricionales.

1

2

3

**Promover los conocimientos futuros en investigación**

**742 millones**

**Comprometidos en nuevas empresas relacionadas con la nutrición, en CHF**

y compararse fácilmente en todos y cada uno de nuestros negocios, y traducirse rápidamente en innovaciones de productos.

Nuestro Centro de Tecnología Comercial de Suiza también respalda a Nestlé Research al alinear los sistemas de negocio de todas nuestras actividades. Los sistemas integrados de negocio nos proporcionan referencias en tiempo real, responsabilidades claras, una toma de decisiones efectiva y la capacidad de replicar las mejores prácticas en todos nuestros negocios aplicando, cuando es necesario, definiciones y herramientas comunes para los mercados locales.

### Convertir la nutrición en la elección preferida

Enfocar nuestras actividades en el consumidor es crucial para Crear Valor Compartido, ya que los más de 1.000 millones de productos de alimentación y bebidas que vendemos diariamente deben evolucionar para adaptarse a los cambios de preferencias de los consumidores en materia de salud y mejora de la nutrición, para ajustarse al frenético ritmo de su estilo de vida o para satisfacer sus gustos personales. Son muchos los factores que influyen en las preferencias del consumidor actual, desde actitudes y hábitos hasta aspectos demográficos y socioeconómicos, razón por la que Nestlé invierte en un programa global para mejorar nuestra comprensión del consumidor y transformar la información en valiosas soluciones centradas en él.

Nestlé reconoce que las dietas saludables deben ser placenteras para ser sostenibles, pero conjugar sabor y nutrición en el mismo producto no siempre es sencillo. No obstante, al invertir en una innovación y renovación continuas, podemos mejorar tanto el sabor como el valor nutricional de nuestros productos mediante nuestro exclusivo proceso de prueba 60/40+. Este programa tiene dos objetivos:

- que en una prueba de sabor, a ciegas, frente a los productos más destacados de la competencia, al menos el 60% de los consumidores se decante por los nuestros;
- una ventaja nutritiva adicional, basada en criterios recomendados por autoridades sanitarias de renombre mundial, en el papel que desempeña el producto en la dieta cotidiana y en las prioridades de salud pública locales.

Puede encontrar más información sobre cómo determinamos la ventaja nutricional en la sección «Elaboración de perfiles nutricionales», en la página 26.

Aunque el programa se aplica a todas las categorías de alimentos y bebidas, maximizamos su impacto centrándonos en nuestros nuevos productos y en los de mayor venta. Sólo en 2008 -el cuarto año del programa- se han analizado y mejorado productos con un valor de venta de 13.600 millones de CHF, haciendo de 60/40+ el mayor programa orientado a la renovación en nutrición desplegado hasta ahora en el sector de alimentación y bebidas.

### Perspectiva local

Nuestra sólida presencia con centros de producción en los países en los que operamos, nos sitúa en una excelente posición para satisfacer adecuadamente las necesidades nutricionales y adaptar nuestras formulaciones de productos en materia de sabor a las preferencias locales.

En China, más del 98% de los productos Nestlé vendidos son de fabricación local. Hemos reforzado nuestra apuesta a largo plazo en el país colaborando con muchas instituciones académicas e invirtiendo 21 millones de CHF en dos Centros de I+D: uno en Shanghai y otro en Pekín, inaugurado en octubre de 2008. Nestlé es la primera compañía occidental de alimentación y bebidas que crea un Centro de I+D a gran escala en China, orientado tanto a la investigación básica como al desarrollo de productos. Este nuevo centro, que previsiblemente elevará a más de 100 el número de empleados de Nestle Research en China, nos permitirá mejorar nuestro conocimiento de los ingredientes chinos tradicionales, lo que también podría beneficiar a los productos occidentales.

### Una cultura de innovación abierta

Tradicionalmente, la mayoría de las innovaciones más exitosas de Nestlé han surgido de su propia red de investigación, y a menudo mediante el intercambio de conocimiento entre sus propios negocios. El uso de probióticos en la nutrición para bebés ha sido adoptado en nuestros productos lácteos para niños en edad de crecimiento y adultos, mientras que la investigación sobre nutrigenómica (efectos en la salud de las relaciones moleculares entre nutrición y genes) ha generado un producto veterinario *Purina* para la osteoartritis.

En los últimos años hemos pasado de ser una empresa de alta tecnología basada en las materias primas a convertirnos en la mayor compañía mundial de Nutrición, Salud y Bienestar impulsada por la ciencia. Dado el creciente ritmo y relevancia de los avances científicos, es imposible que una sola empresa supervise todas las áreas de interés científico o desarrolle una masa crítica de conocimientos científicos internos, por lo que hemos recurrido a terceros para que nos ayuden a conseguir una innovación e implementación mayores, mejores y más rápidas.

A finales de 2006, Nestlé adoptó el modelo de «innovación abierta» para

1

**Prueba de degustación**
Los consumidores participan en el programa Nestlé 60/40+ en el Centro de Investigación de Nestlé.

## Centros de I+D en Alimentación y Bebidas

**América**

- ■ **Centros de Tecnología de Productos**
  Marysville, Ohio, Estados Unidos;
  St. Joseph, Missouri, Estados Unidos;
  St. Louis, Estados Unidos
- ● **Centros de Investigación y Desarrollo**
  Fremont, Michigan, Estados Unidos*;
  Minneapolis, Minnesota, Estados Unidos;
  Querétaro, México;
  Solon, Ohio, Estados Unidos

*Desde enero 2009 Fremont es un CTP

**Europa y Oriente Medio**

- ▲ **Nestlé Research Center**
  Lausana, Suiza
- ■ **Centros de Tecnología de Productos**
  Beauvais, Francia;
  Konolfingen, Suiza;
  Lisieux, Francia;
  Orbe, Suiza;
  Singen, Alemania;
  Vittel, Francia;
  York, Reino Unido
- ● **Centros de Investigación y Desarrollo**
  Amiens, Francia;
  Orbe, Suiza;
  Rzeszow, Polonia;
  Sansepolcro, Italia;
  Sderot, Israel;
  Tours, Francia;
  Welwyn, Reino Unido

**Asia y Oceania**

- ● **Centros de Investigación y Desarrollo**
  Pekín, China;
  Rutherglen, Australia;
  Shanghai, China;
  Singapur, Singapur

**Encontrará una lista completa de los centros de I+D de Nestlé y sus áreas de especialización en www.nestle.com/nestleresearch**

1

**Promover los conocimientos y la investigación**

**300**

**Acuerdos de colaboración con universidades y centros de investigación**

acelerar el proceso investigador, reconociendo varias fuentes importantes de innovación: el mundo universitario y académico, centros de investigación independientes, pequeñas empresas incipientes, empresas biotecnológicas y otros proveedores.

### Fondos de capital riesgo

A través de nuestro Nestlé Growth Fund, destinamos CHF 742 millones en 10 años a la inversión en nuevas empresas prometedoras que operan en el ámbito de la salud, el bienestar y la nutrición. Ayudando a nuevas o jóvenes empresas a crecer, crear riqueza y, esperamos, desarrollar productos o procesos «rompedores», aspiramos a reforzar nuestra posición competitiva y complementar nuestras propias competencias internas de investigación y desarrollo en nutrición científica.

### Trasladar la ciencia a la práctica

La innovación (traducir una idea en un producto o negocio) supone alinear Nestlé Research con otras funciones diferentes, como marketing, fabricación, cadena de suministro y ventas. Hay que destacar que el departamento de asuntos legales también tiene que garantizar que cualquier producto o proceso nuevo cumple todas las especificaciones de salud y seguridad, e incluso preceptos culturales y religiosos, antes de iniciar el proceso de desarrollo. En concreto, los científicos de Nestlé trabajan en la «traslación nutricional», un proceso de doble sentido que implica trasladar tanto la ciencia surgida del laboratorio como las preferencias, necesidades y deseos del consumidor en programas de investigación que generen futuros beneficios para dicho consumidor.

Uno de los desafíos en el campo de la nutrición, la alimentación y las ciencias de la vida consiste en identificar los ingredientes activos de de materias alimentarias complejas y determinar cómo usarlos para obtener beneficios concretos para la salud. No existe un enfoque universal; cada producto tiene su propio equilibrio entre el «empujón» de la ciencia y el «tirón» del mercado. Así, los deseos sensoriales y subjetivos del consumidor impulsan la innovación en los productos culinarios, que a menudo difieren por zonas, mientras que en sectores como el de preparados para lactantes o nutrición clínica las necesidades fisiológicas y metabólicas genéricas se satisfacen con soluciones científicas.

### Colaboración externa

A través de 300 acuerdos de colaboración a largo plazo con universidades y centros de investigación, Nestlé comparte con terceros tanto los riesgos del desarrollo como la implementación de proyectos exitosos. El NRC ha establecido convenios de cooperación, entre otros, con The Broad Institute del Instituto Tecnológico de Massachussets y Harvard, el Imperial College London y la Universidad Descartes de París, y todos los años patrocina a una serie de post-doctorados, estudiantes de doctorado, becarios y aprendices.

Nestlé también mantiene activas tres cátedras universitarias en nutrición. Las dos de la Ecole Polytechnique Fédérale de Lausanne constituyen el primer programa del mundo que investiga la relación entre la nutrición y el desarrollo del cerebro, mientras que la tercera, en el Instituto Nacional de Medicina Genómica de México, explora la nutrigenómica: el modo en que los genes influyen en las necesidades nutricionales y en la predisposición a enfermedades relacionadas con la nutrición, como la obesidad y la diabetes.

### Simposio Internacional de Nutrición organizado por Nestlé

Desde 2004, todos los años se celebra en el NRC de Lausana el Simposio Internacional de Nutrición de Nestlé (NINS) que congrega a más de 650 expertos internacionales, algunos de ellos galardonados con el premio Nobel, para presentar y debatir temas relacionados con la nutrición y la salud e identificar nuevos horizontes de investigación. En el quinto simposio, celebrado en octubre de 2008, los asistentes abordaron el tema «Nutrición y rendimiento», desde la infancia hasta el envejecimiento saludable pasando por el punto de máximo rendimiento. Por primera vez también se celebró un simposio internacional de nutrición en Pekín. Este evento, que tuvo lugar en octubre de 2008, se centró en los desafíos nutricionales de la China moderna.

**Más información en la página www.nestle.com/nestleresearch**

### Consejo de Nutrición de Nestlé: guiando nuestra estrategia nutricional

El Consejo de Nutrición de Nestlé (NNC), constituido en 1978, está formado por científicos en nutrición externos e independientes, de renombre internacional, que analizan temas actuales y emergentes, asesoran a los altos directivos acerca de su impacto sobre las políticas de Nestlé y la estrategia nutricional a largo plazo, y realizan una aportación fundamental para las innovaciones futuras. Sólo en los últimos diez años, el NNC ha examinado problemas como la diabetes y la obesidad infantil, y ha configurado las políticas de Nestlé sobre la reducción de los ácidos grasos trans y los niveles de sal y azúcar en sus alimentos, además de su enriquecimiento con hierro y otros nutrientes.

**«El trabajo que se hará en Pekín contribuirá de manera valiosa al programa mundial de I+D de Nestlé en el campo de la nutrición y la ciencia de los alimentos. La apertura de hoy es, por tanto, un hito, no sólo para el área de I+D de Nestlé, sino también para los consumidores de China y de todo el mundo.»**

Werner J. Bauer,
Vicepresidente Ejecutivo, Chief Technology Officer, Jefe de Innovación, Tecnología, Investigación y Desarrollo de Nestlé, en la inauguración del nuevo centro de I+D en Pekín en octubre de 2008

**Se puede ver el discurso completo en la página www.nestle.com/csv/stories**

1

**Segunda planta**
Zhang Jinjing, Subdirector de la División de Coordinación de Seguridad Alimentaria, Alimentación Nacional y Medicamentos (segundo por la derecha) y Lin Fusheng, Jefe del Distrito Haidian de Pekín (tercero por la izquierda) con Paul Bulcke (cuarto por la izquierda) y otros dignatarios en la apertura del nuevo Centro de I+D en esta ciudad, segundo centro de investigación de Nestlé en China.

2

**Ampliando los conocimientos locales**
El nuevo Centro de I+D, ubicado en el Environment Protection Park de alta tecnología de Pekín, servirá de nuevo eje para el desarrollo de productos y para la vigilancia de la seguridad y calidad alimentarias en la región.

3

**Un futuro halagüeño**
Una científica en la planta piloto del nuevo Centro de I+D en Pekín. En 2009, más de 100 empleados de Nestlé Research ubicados en China nos ayudarán a satisfacer la creciente demanda de productos alimenticios de alta calidad en ese país.

1, 2

3

14 Soluciones científicas a las necesidades de nutrición
22 **Mejora de la calidad de alimentos y dietas**
30 Prevención de la obesidad y control del peso
38 Satisfacer los requisitos nutricionales de grupos con necesidades específicas
48 Más concienciación, comprensión y conocimientos sobre nutrición
60 Mejorar la nutrición en los países en desarrollo

**A por el oro**
Los cocineros del CTP en Singen (Alemania) crean una sopa de brécol que será el «estándar de oro» a la hora de desarrollar un equivalente comercial de *Maggi*.

# Mejora de la calidad de alimentos y dietas

## Necesidad nutricional →

**Alimentos que ayuden activamente a mantener la salud, contribuyan a una dieta equilibrada y sean el complemento a un estilo de vida saludable.**

## La respuesta de Nestlé →

**Mejorar el perfil nutricional de todas nuestras categorías de producto mediante su reformulación y su enriquecimiento con nutrientes, y fomentando una dieta variada y equilibrada y un consumo moderado.**

## Creación de Valor Compartido

**Los consumidores se benefician de productos con menores niveles de componentes considerados perjudiciales para la salud, enriquecidos con vitaminas, minerales y otros nutrientes. Por su parte, los beneficios, demostrados clínicamente, desarrollados por Nestlé Research y diseñados para mejorar la salud y el bienestar conllevan un aumento de las ventas y la expansión de Nestlé en el mercado, así como valor sostenible para los accionistas.**

Superar las deficiencias de micronutrientes

**19.000 millones**

Cubitos de caldo *Maggi* enriquecidos con yodo vendidos cada año en África Central y Occidental

## Satisfacer las necesidades de micronutrientes

### La prevalencia de la falta de micronutrientes

Aunque parezca sorprendente, la falta de micronutrientes está extendida tanto en los países industrializados como en aquellos en vías de desarrollo y puede afectar a todos los grupos de edad, estando en mayor riesgo los niños pequeños y las mujeres en edad fértil. En todo el mundo, las tres formas más comunes de insuficiencia de micronutrientes se refieren a la falta de hierro (que afecta a 2.000 millones de personas), yodo (1.900 millones de personas) y vitamina A (250 millones de niños en edad preescolar). Las deficiencias de zinc, calcio y vitamina D también contribuyen sustancialmente a la carga global de las enfermedades, aunque es difícil cuantificar el alcance y el impacto de dichas carencias.

**Consecuencias para la salud de las carencias de micronutrientes más comunes**

| | |
|---|---|
| Hierro | Anemia/Deterioro del rendimiento cognitivo y físico y de la resistencia/Deterioro en la resistencia a enfermedades infecciosas/ Aumento del riesgo de mortalidad materna e infantil |
| Vitamina A | Deterioro severo de la visión/ Ceguera en niños/Aumento del riesgo de enfermedad grave o mortalidad, especialmente por diarrea y sarampión |
| Yodo | Disfunción tiroidea, hipotiroidismo y bocio/Deterioro irreversible del desarrollo y la función neurológicos/Disminución de la fertilidad/ Aumento de la mortalidad perinatal infantil |
| Zinc | Dermatitis/Trastornos del crecimiento en niños/Diarrea/ Trastornos mentales/Infecciones recurrentes |
| Calcio | Desmineralización y pérdida de densidad de los huesos/Aumento del riesgo de osteoporosis |
| Vitamina D | Aumento del riesgo de raquitismo infantil/Aumento del riesgo de osteomalacia (reblandecimiento de los huesos) en adultos |

La insuficiencia de micronutrientes tiene muchos efectos adversos sobre la salud humana, no todos evidentes clínicamente (véase tabla), y se ha estimado que supone más del 7% de la incidencia global de las enfermedades. Según la Organización Mundial de la Salud, en torno a 800.000 muertes al año (un 1,5% del total) se pueden atribuir a la ferropenia y una cifra similar a la falta de vitamina A. Incluso niveles carenciales moderados tienen profundas implicaciones para la salud pública, la productividad y el desarrollo económico.

Para combatir la malnutrición de micronutrientes se emplean tres enfoques principales:

- asegurar el consumo de una dieta equilibrada con todos los nutrientes adecuados. Desgraciadamente, esto es difícilmente alcanzable en todas partes, pues exige el acceso universal a alimentos apropiados y a hábitos alimentarios correctos;
- suplementos farmacéuticos, esto es, tratamiento urgente a corto plazo mediante comprimidos vitamínicos, inyecciones, etc.;
- enriquecimiento, una solución a largo plazo que puede proporcionar nutrientes a amplios segmentos de población sin necesidad de cambios radicales en los patrones de consumo alimentario.

### Abordar las carencias nutritivas locales mediante el enriquecimiento de los alimentos

Para mejorar la calidad nutricional en toda nuestra cartera de productos, reducimos la cantidad de aquellos nutrientes cuyo consumo excesivo tiene efectos negativos sobre la salud y añadimos componentes alimentarios y nutrientes necesarios para conservar la buena salud. No obstante, Nestlé solamente empleará alimentos de consumo habitual por el consumidor objetivo, y únicamente cuando dicho enriquecimiento resulte pertinente. Con frecuencia, ello exige cooperar con las autoridades sanitarias locales para determinar qué nutrientes suplementarios se necesitan y cuál es el mejor vehículo de enriquecimiento.

Su amplia investigación en la mejora de la capacidad del organismo para absorber y utilizar micronutrientes clave (biodisponibilidad) permite a Nestlé optimizar sus efectos nutricionales positivos para el consumidor objetivo, como fabricar leches enriquecidas seguras, fácilmente disponibles y accesibles en formatos asequibles para la población local de países emergentes. *Nido Essentia,* por ejemplo, fue desarrollada por el Centro de Investigación de Nestlé y por nuestro Centro de Tecnología de Productos de Konolfingen (Suiza) en colaboración con las autoridades sanitarias locales. A la venta por tan sólo 0,30 CHF, cada ración individual proporciona 0,7mg de hierro y 10,4mg de vitamina C a la dieta de África occidental, empezando por Guinea. El amplio reconocimiento de la marca entre los consumidores también brinda oportunidades de generación de ingresos para muchos vendedores de *Nido.*

Más información sobre el enriquecimiento de productos lácteos de Nestlé con micronutrientes para consumidores de rentas bajas en la página 62.

El reto principal

### Identificar desequilibrios nutricionales

Los consumidores tienen carencias nutricionales diferentes según países, pero a menudo no son conscientes de que podrían tener deficiencias en algunas vitaminas o minerales clave. Por consiguiente, el primer paso importante consiste en hacerse una idea de los

desequilibrios nutricionales reales de consumidores concretos en mercados de renta baja, de modo que los beneficios nutricionales adecuados lleguen de forma correcta a las personas que los necesitan; esto a menudo supone trabajar con las autoridades sanitarias de la administración local. También hemos diseñado un conjunto de herramientas fácil de usar que nos ayude a comprender cómo perciben los consumidores de los mercados emergentes sus propias necesidades nutricionales.

**El reto principal**

## Enriquecimiento eficaz y seguro

Nuestra mayor preocupación en seguridad alimentaria, un área respaldada por estrictos procedimientos de control de calidad, resulta especialmente importante en el caso de las vitaminas A y D, dada la diferencia relativamente pequeña entre sus necesidades de ingesta diarias y los límites máximos de seguridad para su consumo. Cualquier elemento añadido a nuestros productos también debe ser de fácil absorción y no debería afectar al sabor, olor o aspecto del alimento al que se incorpora.

Sin embargo, equilibrar científicamente sabor y valor nutricional es complicado. El hierro es especialmente difícil de añadir a muchos productos sin perjudicar el sabor, ya que actúa como catalizador de determinadas reacciones indeseadas en el alimento. Por lo tanto, cualquier valor nutricional obtenido añadiendo hierro a un producto necesita sopesarse cuidadosamente en cuanto al sabor, y todo ello sin comprometer la seguridad alimentaria.

El NRC, en colaboración con hospitales universitarios, llevó a cabo una serie de estudios para determinar la mejor manera de añadir hierro a los cereales infantiles, con el fin de reducir el riesgo de ferropenia en niños pequeños. Se constató que el fumarato ferroso, un compuesto de hierro con una

1-3

**Los componentes básicos del enriquecimiento nutricional**
Para combatir las carencias de yodo, que causan trastornos graves en el desarrollo físico y mental de los niños en los países en desarrollo, los cubitos de caldo *Maggi* de Nestlé se elaboran con sal enriquecida con yodo. En 2008, Nestlé vendió más de 100.000 toneladas de caldo enriquecido con yodo, convirtiéndolo en el principal portador de yodo en alimentos del mundo. Esto incluye 19.000 millones de cubitos y tabletas vendidas en África Central y Occidental, regiones que sufren carencias de yodo.

1, 2

3

**Beneficios para la salud clínicamente demostrados**

# 5.000 millones

**Valor de las ventas de productos con Beneficios Activos de Marca (BAB), en CHF**

seguridad demostrada y efectos insignificantes en el sabor y el olor, se absorbía muy bien. En consecuencia, los cereales infantiles Nestlé están ahora enriquecidos con fumarato ferroso siempre que es posible. Sin embargo, algunos productos que contienen fruta, como el plátano, cambian de color si se añade fumarato ferroso, por lo que están enriquecidos con otra fuente de hierro.

### Mejorar la salud mediante Beneficios Activos de Marca

Nestlé también ofrece a los consumidores toda una gama de productos con Beneficios Activos de Marca (BAB). Estos componentes alimentarios fisiológicamente activos son incorporados a nuestras principales categorías de alimentos y bebidas para aportar beneficios adicionales para la salud científicamente demostrados, que van más allá del sabor y las propiedades nutritivas naturales de los propios productos.

Hasta la fecha han sido desarrollados 15 BAB individuales que se están usando en cientos de productos para mejorar la salud digestiva, aumentar la inmunidad, ayudar al control del peso, fomentar el desarrollo físico y mental y favorecer un envejecimiento saludable. Entre ellos están *Calci-N* para fortalecer los huesos y dientes, en *Nido,* y *Prebio-1* para la salud digestiva, en leches y productos de HealthCare Nutrition.

Además de proporcionar una ventaja competitiva, los BAB también añaden valor y mejoran los beneficios de Nestlé. En 2008, los productos que contenían BAB alcanzaron una cifra de ventas de 5.000 millones de CHF, lo que supuso un aumento del 21% respecto al ejercicio anterior.

## Satisfacer las necesidades de equilibrio nutricional

### Equilibrio en la dieta y consumo moderado

Cualquier alimento o bebida puede tener efectos positivos en función de la edad, el estilo de vida y el momento de su consumo, pero Nestlé cree firmemente que las necesidades nutricionales deben combinarse con un equilibrio en la dieta y un consumo moderado, en consonancia con muchas directrices alimentarias nacionales. Estos dos elementos esenciales de una dieta sana y equilibrada ayudan a prevenir deficiencias y evitar excesos. También promovemos una actividad física adecuada a través de nuestros valores de marca y de iniciativas pedagógicas y de concienciación social (véase página 52).

### Elaboración de perfiles nutricionales

Nestlé produce y comercializa una amplia gama de productos en todo el mundo y necesita un riguroso sistema para analizar sus diversos perfiles nutricionales. Hasta ahora no existía ningún sistema universal para la elaboración de perfiles nutricionales, por lo que Nestlé ha desarrollado el suyo propio.

Cada tipo de alimento o bebida es ponderado con arreglo a su propio conjunto de criterios, que se actualiza periódicamente en línea con las recomendaciones de salud pública emitidas por la OMS y el Instituto de Medicina de Estados Unidos. Estos están basados en:

- el papel que desempeña la categoría de producto en una dieta sana y equilibrada;
- factores considerados perjudiciales para la salud, como las calorías, el sodio y el azúcar, y aspectos nutricionales positivos, como el suplemento de fibra dietética;
- umbrales máximos o mínimos según los cuales el consumo podría ser excesivo (contenido en grasas de las galletas) o insuficiente (p. ej. calcio);
- tamaño de las raciones individuales, teniendo en cuenta la edad, el estilo de vida y el modo de preparación y consumo.

Al cumplir nuestros criterios de perfil nutricional, se considera que los productos satisfacen los requisitos de la Nestlé Nutritional Foundation y pueden ser considerados en una elección adecuada dentro de una dieta equilibrada para la mayoría de gente que los consume habitualmente. A la inversa, otros productos necesitarían compensarse con otras opciones en caso de consumirse frecuentemente; por ejemplo, el consumo frecuente de aperitivos salados debería ser moderado con otras fuentes de sal.

Los criterios del sistema de elaboración de perfiles nutricionales de Nestlé se aplican a todas las categorías de producto de Nestlé, excepto a aquellas altamente reguladas, como los preparados para lactantes, áreas específicas como la nutrición clínica y para el rendimiento y productos desarrollados por empresas conjuntas, donde se aplican otros enfoques y valores de referencia.

Para obtener más información acerca de cómo aplicamos la elaboración de perfiles nutricionales a nuestro proceso de innovación y renovación de productos, consulte la sección relativa a nuestra herramienta 60/40+, titulada «Convertir la nutrición en la elección preferida», en la página 18.

## Innovar y renovar nuestras recetas

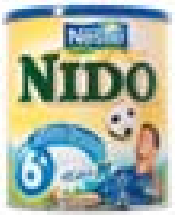
Revisamos continuamente el contenido nutricional de nuestros productos y optimizamos su valor siempre que podemos, innovando y renovando recetas en consonancia con nuestras políticas corporativas de reformulación nutricional (véase tabla en la página 28).

Las políticas para la reducción de la cantidad de componentes considerados perjudiciales para la salud contenidos en nuestros productos

1–3

**Mejora de la salud, creación de riqueza**
Vendedores en Conakry (Guinea) obtienen ingresos de la venta de *Nido Essentia,* una leche enriquecida, desarrollada para combatir la falta de hierro y vitamina C en África Occidental.

**Diseño mejorado**
Los Beneficios Activos de Marca de Nestlé (BAB), que ofrecen beneficios para la salud probados clínicamente y muy superiores a los hallados de forma natural en los alimentos, incluyen *Calci-N* para unos dientes y huesos más sanos y *Prebio-1* para la salud digestiva.



1

2, 3

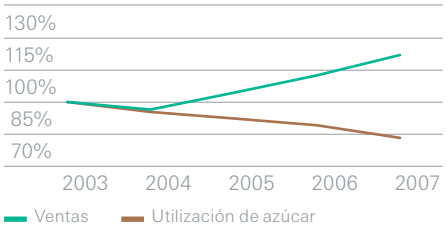
**Mejora del valor nutricional**

**6.254**

**Productos renovados por cuestiones de nutrición o salud en 2008**

han sido muy eficaces. Entre 2003 y 2007 redujimos nuestra utilización de azúcar un 17%, pese a un incremento de nuestras ventas del 22% durante el mismo periodo.

**Variación en las ventas y en la utilización de azúcar (respecto a 2003)**




## Los cereales integrales

Nuestro enfoque de innovación y renovación de recetas se basa principalmente en la reduccion de la cantidad de componentes considerados perjudiciales para la salud y en la adición de micronutrientes beneficiosos. Sin embargo, también se añaden componentes considerados buenos para la salud como, por ejemplo, la fibra dietética, que se ha demostrado que ayuda a mantener un peso saludable y reduce el riesgo de enfermedades cardíacas, diabetes y cáncer, por lo que todos los cereales integrales de Nestlé para el desayuno la contienen. *Shredded Wheat* se fabrica simplemente con cereal integral de trigo, que también es una gran fuente de vitaminas, minerales y fitonutrientes.

**Vea una proyección de diapositivas para saber más acerca de Cereal Partners, el fabricante de *Shredded Wheat* y de otros cereales integrales de Nestlé para el desayuno, en la página www.nestle.com/csv/stories**

**El reto principal**

### ¿Hasta dónde se puede llegar?

Aunque tenemos políticas orientadas a reducir el contenido en sal, azúcar y ácidos grasos trans en nuestros productos, estos elementos se encuentran de forma natural en las materias primas. Esto hace técnicamente imposible su total eliminación. Aunque hacemos todos los esfuerzos posibles para minimizar su presencia, también es necesario que los posibles cambios no afecten a la seguridad del producto ni al perfil de sabor que prefieren nuestros consumidores.

En algunas gamas de producto ya hemos reducido los niveles casi al máximo, como en los caldos, donde hemos reducido significativamente el contenido en sal manteniendo su sabor. Es improbable que una mayor reducción consiga otra ventaja nutricional y, si son menos sabrosos, es probable que los consumidores acaben añadiendo sal. De igual manera, tampoco es deseable la completa eliminación de la grasa de nuestros productos, no simplemente por razones de gusto, sino también porque en la dieta se necesita algo de grasa por razones metabólicas y para la absorción de las vitaminas A, D, E y K.

### Consumo fuera del hogar: restaurantes, lugar de trabajo e instituciones

Nuestra visión de ser líderes mundiales en soluciones de valor añadido en nutrición, salud y bienestar se extiende al mercado del consumo fuera del hogar, valorado en 750.000 millones de CHF y con un significativo potencial de crecimiento rentable.

Nestlé Professional, nuestro negocio global de consumo fuera del hogar, es el primer fabricante mundial para el sector de la restauración gracias a:

- productos con un valor nutricional intrínseco;
- BAB y productos enriquecidos que combaten carencias nutricionales específicas;
- la aplicación del *Nestlé Nutritional Compass* al envasado de sus productos;
- la aportación de un concepto integral NutriServices a través de centros de llamadas y cursillos de nutrición para clientes;
- una revista trimestral adaptada a los mercados y al contexto local, titulada *NutriPro;*
- Centros de Formación Profesional Nestlé dedicados a cocineros y restauradores.

Pretendemos doblar las ventas anuales en 10 años, partiendo desde los 6.000 millones de CHF, centrándonos en bebidas de marca no carbonatadas, tanto frías como calientes, y en soluciones culinarias.

**Avances respecto a las políticas de Nestlé en materia de nutrición (hasta final de 2007)**

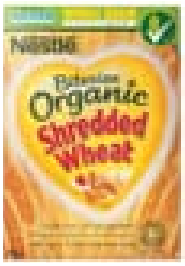
| | Objetivo de la política | Avances |
|---|---|---|
| Ácidos grasos trans | Reducir hasta <1% del total energético (~3% de grasa) | 34.200 toneladas eliminadas desde diciembre de 2003 hasta febrero de 2007 |
| Sal | Reducir un 25% en 5 años (si supera 100mg/100 kcal) | 6.800 toneladas eliminadas desde abril de 2005 hasta diciembre de 2007 |
| Azúcar | Reducir un 5% en 5 años | 290.000 toneladas eliminadas desde enero de 2003 hasta diciembre de 2007 |
| Grasas saturadas | Reducir las grasas totales un 3%, o las grasas saturadas un 1%, en 3 años (a confirmar) | Nueva política en 2009 |

1–3

**Tallarines de menor contenido en grasa**
Los cocineros del Centro de I+D de Nestlé en Singapur han desarrollado unos fideos instantáneos con bajo contenido en sal y en calorías que cumplen dos demandas opuestas de los consumidores: el deseo de comer de forma sana sin perder el sabor salado y frito que les gusta. El proceso de elaboración de los fideos *Tastylite Maggi* incluye una técnica de secado al aire, usa un concentrado natural de «sabor a fritura» y sustituye una parte del sodio por otros ingredientes.

**Bien vale su sal**
*Herta* ha reducido el contenido en sal de sus salchichas de Frankfurt de 2 a 1,8 g por 100 g, en línea con los objetivos de reducción de la Food Standards Agency del Reino Unido para el 2010, y hechos público en 2006.

**Gran demanda de cerales integrales**
Desde 2003, Cereal Partners Worldwide, nuestra joint venture al 50% con General Mills Inc., ha añadido 2.200 millones de porciones de cereal integral a su gama de productos en todo el mundo.



1

2, 3

14 Soluciones científicas a las necesidades de nutrición
22 Mejora de la calidad de alimentos y dietas
30 **Prevención de la obesidad y control del peso**
38 Satisfacer los requisitos nutricionales de grupos con necesidades específicas
48 Más concienciación, comprensión y conocimientos sobre nutrición
60 Mejorar la nutrición en los países en desarrollo

**Aportando frutos**
Una dietista y un alumno durante un taller de cocina en Béziers, Francia, en el cual Nestlé apoya el enfoque exitoso de EPODE a una educación nutricional práctica. Véase página 36.

# Prevención de la obesidad y control del peso

## Necesidad nutricional →

**Productos y servicios alimentarios que contribuyan activamente a controlar y perder peso de forma segura y saludable.**

## La respuesta de Nestlé →

**Nuestro propio negocio de control personalizado de peso, Jenny Craig, y el apoyo a programas de prevención de la obesidad, prestando especial atención a iniciativas escolares dirigidas a niños.**

## Creación de Valor Compartido

**Los consumidores se benefician de productos bajos en calorías, raciones de tamaño adecuado y una amplia gama de iniciativas contra la obesidad que, por su parte, favorecen la expansión del mercado, la fidelidad a la marca y un crecimiento rentable para Nestlé y sus accionistas.**

Combatir la obesidad en Estados Unidos

**36 millones**

**Raciones de verduras incorporadas a la dieta estadounidense, desde 2007, a través de la iniciativa «Twice the Veggies», de *Lean Cuisine***

## Control y pérdida de peso

### Orientación en cuanto a las raciones

Nestlé cree firmemente en la importancia de proporcionar al consumidor consejos sobre el tamaño de las raciones para una mejor ingesta en una dieta equilibrada. Ello coincide con las recomendaciones de las autoridades sanitarias que enfatizan la moderacion de algunos alimentos e ingredientes, a la vez que promueven otros para que se consuman de forma suficiente y variada. Las guías alimentarias de todo el mundo, así como las investigaciones sobre el consumidor, ayudan a Nestlé a encontrar los tamaños de las raciones apropiados para sus productos, innovaciones, renovaciones y en la comunicación de sus productos. El tamaño apropiado de las raciones y los platos de los diferentes tipos de alimentos y bebidas en el contexto general de la dieta es uno de los principios clave del sistema de perfiles nutricionales de Nestlé.

### La función del agua en el control del peso

Dado que los refrescos carbonatados representaban en 2002 el 6,5% de la ingesta calórica en la dieta de los estadounidenses, el papel del agua embotellada como alternativa más saludable, e igual de cómoda, está captando la atención de profesionales de la salud y académicos. Nestlé Waters sigue realizando y encargando investigaciones en profundidad acerca del posible vínculo entre el consumo de agua y el control del peso, como son dos estudios del catedrático Barry Popkin de la facultad de Salud Pública de la Universidad de Carolina del Norte.

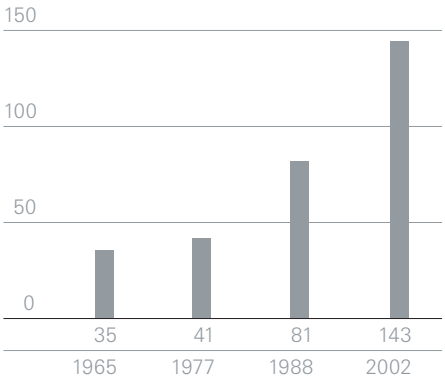
El primero, que analizaba la base de datos estadounidense de la Encuesta Nacional de Salud y Valoración Nutricional III, mostró que las personas que consumían más agua tenían dietas más saludables: consumían menos calorías, menos refrescos y menos aperitivos dulces o salados. Un estudio posterior evaluó a 311 personas que siguieron distintas dietas de adelgazamiento durante un año y volvieron a constatar que un consumo de agua relativamente mayor, frente a las bebidas calóricas, estaba positivamente relacionado con la pérdida de peso.

La conclusión de estas dos investigaciones es que beber más agua puede ser una alternativa eficaz a la ingesta de bebidas calóricas y puede ayudar a evitar el consumo excesivo de calorías, principal causa de la obesidad.

### Otras bebidas alternativas

En los últimos 25 años, la dieta mundial ha experimentado un notable incremento del consumo de edulcorantes calóricos, especialmente en refrescos carbonatados. En los Estados Unidos, entre 1965 y 2002, la energía media procedente de las bebidas ha aumentado en 222 calorías diarias por persona, de las que casi la mitad (108) proceden de bebidas carbonatadas edulcoradas. Cambios similares se han observado en muchos otros países de todo el mundo.

**Aporte calórico diario de bebidas carbonatadas en adultos de Estados Unidos, entre 1965 y 2002**




Fuente: Duffey KJ and Popkin BM (2007). Shifts in patterns and consumption of beverages between 1965 and 2002. Obesity (Silver Spring) Nov;15(11):2739-47

Como parte de una dieta equilibrada, se ha demostrado que el agua es la mejor opción como bebida para los consumidores que buscan una hidratación saludable. Sin embargo, como respuesta a la necesaria variedad en nuestro consumo de alimentos y bebidas, Nestlé Waters busca desarrollar bebidas que satisfagan las preferencias de los consumidores, tanto en materia de sabor como de satisfacción de sus necesidades funcionales y nutricionales limitando estrictamente las calorías.

Para los que buscan más sabor, las aguas con sabores bajas en calorías se consideran una alternativa atractiva y más sana a las bebidas edulcoradas de alto contenido calórico. Nestlé Waters disminuye constantemente el contenido de azúcar de todos los productos que suministra, lo que refleja nuestro firme compromiso de aunar sabor y contenido calórico.

### *Lean Cuisine:* una alternativa más saludable

Nestlé identificó hace muchos años en el consumidor una potencial demanda de comidas con excelente sabor y contenido calórico controlado.

Como respuesta, en 1981 Nestlé introdujo en Estados Unidos la marca *Lean Cuisine,* que aportaba a los consumidores estadounidenses una alternativa más saludable a su gama *Stouffer's* de comidas congeladas. Proporcionando tanto sabor como nutrición, por medio de más de 100 entrantes, pizzas y platos principales congelados, cuidadosamente preparados, *Lean Cuisine* se ha convertido en una de las mayores marcas de Nestlé en Estados Unidos, y en la segunda marca dietética. También se vende en Canadá, México y Australia.

Las agencias reguladoras estadounidenses consideran que la inclusión de la palabra «lean» («esbelta») en

**«Nestlé Waters está contribuyendo a ampliar la visión de la compañía entendiendo el papel que desempeñan el agua y la hidratación para alcanzar una buena salud.»**

Florence Constant,
Directora de Desarrollo de la Nutrición, Nestlé Waters

**La conciencia tranquila**
El agua mineral *Contrex* ayuda a las mujeres que velan por su salud y controlan el consumo de calorías para mantener un nivel saludable de calcio, que puede verse afectado por un consumo reducido de productos lácteos.

1

**Ideas frescas**
En el Culinarium (cocina experimental) del Centro de I+D de Nestlé en Solon (EE.UU.) el cocinero Mark Morton (izquierda) muestra al técnico de alimentación, Mike Laur, la importancia de los ingredientes frescos en un nuevo producto de *Lean Cuisine.*

2

**La prueba está en el púdin**
Los empleados de Nestlé en Solon prueban los últimos productos en salir de la línea de producción de *Lean Cuisine.*

1, 2

3

**Reducción de calorías**
Una consumidora procura mantener una dieta saludable añadiendo productos *Lean Cuisine* a su compra semanal.

3

**Cambiando vidas mediante el control del peso**

# 1,36 millones

**Peso perdido por clientes de Jenny Craig en 2008, en kilogramos**

el nombre de la marca *Lean Cuisine* indica contenido nutricional, por lo que todos los productos en esta gama deben contener menos de 10g de grasa, 4,5g o menos de grasa saturada y menos de 95mg de colesterol, por 100g y por cantidad recomendada de consumo habitual (RACC, Recommended Amount Customarily Consumed). Además, los productos de *Lean Cuisine* contienen entre 150 y 410 calorías.

## Campañas, iniciativas y acuerdos de colaboración

America On the Move: *Lean Cuisine* patrocina el conjunto de herramientas del profesional de la salud desarrollado por la fundación America On the Move (AOM), una organización nacional sin ánimo de lucro dedicada a la salud y el bienestar en Estados Unidos. Este equipo proporciona a los profesionales de la salud la información y las herramientas que necesitan (folletos informativos y podómetros) para educar y motivar a sus pacientes a que caminen 2.000 pasos extra al día y recorten 100 calorías de su dieta diaria. Esta colaboración se fomenta mediante eventos como la conferencia anual de la American Dietetic Association (ADA) y a través de charlas por parte del Dr. James Hill, el fundador de AOM, quien goza de fama internacional.

Produce for Better Health: *Lean Cuisine* respondió a la necesidad del consumidor de incorporar a su dieta más verduras de excelente sabor con el lanzamiento de las variedades *Spa* «Twice the Veggies». Muchas de ellas proporcionan dos raciones completas de verduras en cada entrante. *Lean Cuisine* colabora con la iniciativa «Fruits & Veggies – More Matters», de la fundación Produce for Better Health (PBH), porque cree en el fomento de una mayor ingesta de frutas y verduras para mejorar la salud. El mensaje de la campaña, promovido a través de distribuidores, proveedores, educadores y profesionales de la salud también se está incorporando al *Nestlé Nutritional Compass*. Como resultado de la reformulación del producto, desde 2007 se han añadido a la dieta estadounidense 36 millones de raciones extra de verdura a través de los productos *Lean Cuisine.*

Best Life Diet: *Lean Cuisine* se complace en unirse al prestigioso fisiólogo del ejercicio, entrenador personal y autor de *Best Life Diet,* Bob Greene, en su misión de ayudar a las mujeres a realizar cambios duraderos en su estilo de vida para mejorar su salud. El programa de tres fases, basado en la idea de que comer es uno de los mayores placeres de la vida y que se puede combinar con objetivos de pérdida de peso, consiste en actividad física moderada, en la eliminación de la ingesta emocional y en prácticas que ayudan a calcular el tamaño saludable de las raciones sin contar calorías. *Lean Cuisine* tiene 85 variedades que han obtenido el sello de aprobación Best Life, lo que hace más fácil que nunca seguir el lema «Do Something Good for Yourself».

## *Lean Cuisine* y el cuidado de la salud

Aunque *Lean Cuisine* es principalmente una opción de alimentación diaria, su contribución al equilibrio nutricional y su control de las raciones son vistos favorablemente por muchos miembros de la comunidad sanitaria. La Clínica Cleveland es reconocida como líder en cuidados clínicos, incluido la nutrición. El año pasado, sus dietistas suministraron 248.000 raciones de *Lean Cuisine* para sus pacientes de la clínica. El liderazgo de Nestlé en la industria crece con el éxito de productos como *Lean Cuisine*, que cumplen los estándares nutricionales establecidos para pacientes en organizaciones como la Clínica Cleveland.

**Puede ver un video sobre cómo se desarrollan los productos *Lean Cuisine* para mejorar la nutrición, la salud y el bienestar del consumidor de Estados Unidos en la página www.nestle.com/csv/stories**

## Control de peso personalizado: Jenny Craig

Dado que el control de peso es un desafío con múltiples facetas, requiere de una solución de múltiples dimensiones como Jenny Craig, la empresa de control de peso personalizado. Adquirida por Nestlé Nutrition en 2006, Jenny Craig espera cambiar vidas abordando tres áreas decisivas para perder peso eficazmente:

- Alimentación – fomentando una relación saludable con la comida y con los productos con calorías y raciones controladas;
- Cuerpo – un programa personalizado de actividad física;
- Mente – un enfoque vital equilibrado desarrollado mediante el asesoramiento personal y la motivación aportados por uno de los 3.500 especialistas de más de 700 centros o por teléfono a través del centro de llamadas Jenny Direct, así como mediante información on line.

El componente nutricional refleja las recomendaciones de las principales organizaciones de salud, como las *Dietary Guidelines for Americans,* publicadas en 2005, y las *Dietary Reference Intakes,* emitidas por el Instituto de Medicina en 2002.

La investigación de la Universidad de California, en San Diego, demuestra que precisamente Jenny Craig facilita una pérdida de peso del 8% tras 6 meses, reducción que se mantiene un año después. Esta cifra es superior a la tasa del 7% de pérdida de peso

**«Mis dos herramientas favoritas son los podómetros para aumentar la actividad física y las raciones de tamaño controlado para evitar la sobrealimentación. Por ello, estoy entusiasmado con la cooperación entre America On The Move y *Lean Cuisine*. Algunas investigaciones han puesto de manifiesto que cuanta más comida haya en el plato, más se come; por eso, con Lean Cuisine uno come la ración justa y nada más; ahí se acaba la historia.»**

James O. Hill, PhD,
Catedrático de pediatría y Director del Centro de Nutrición Humana, Universidad de Colorado (Estados Unidos)

**Se puede ver la entrevista completa en la página www.nestle.com/csv/stories**

1, 2

**Jugando a la pelota**
Jóvenes participan en el taller *«Milo* In2Cricket» en Sydney (Australia).

3

**El equipo perfecto**
Adam Gilchrist (izquierda), jugador de críquet y embajador de *«Milo* In2Cricket», cree que *Milo* es un complemento perfecto para el programa. «Se centra en una comida saludable y una dieta equilibrada», comenta, «promueve un estilo de vida saludable y aporta conocimientos sociales como el trabajo en equipo, la confianza y la autoestima.»

**Puede ver la entrevista completa con Adam Gilchrist en la página www.nestle.com/csv/stories**

1, 2

3

identificado en investigaciones externas para reducir, en combinación con un ejercicio moderado, un 58% el riesgo de padecer diabetes de tipo 2.

Más información en la página
**www.jennycraig.com**

### La importancia de la actividad física

Salud y bienestar están inevitablemente ligados a un estilo de vida activo pero, como empresa alimentaria, la influencia de Nestlé en esta área es limitada. No obstante, podemos impulsar determinadas marcas que fomenten estilos de vida activos, desde el plan de actividad física Jenny Craig hasta nuestra bebida de chocolate malteado *Milo,* conocida como «la bebida deportiva de los futuros campeones». Enriquecida con *Actigen-E,* una combinación de vitaminas y minerales diseñada para optimizar el aporte de energía de la comida, *Milo* destaca en muchas iniciativas, desde Ghana hasta Malasia, que animan a los estudiantes a realizar actividad física. *Milo* también forma parte destacada del panorama deportivo en Australia, donde colabora con asociaciones nacionales para animar a los niños a practicar el críquet y deportes de invierno.

### Investigación en curso

El Centro de Investigación Nestlé (NRC) investiga la fisiología y la psicología del hambre y la saciedad, y aporta sus descubrimientos al proyecto DiOGenes (Dieta, Obesidad y Genes). Este estudio paneuropeo de 5 años de duración, en el que participan 34 colaboradores del mundo empresarial y académico, aspira a identificar las interacciones entre dieta y genes asociadas a los cambios de peso corporal.

Iniciativas de carácter comunitario

## 2,5 millones

**Personas alcanzadas por el programa EPODE en 167 ciudades de Francia, 30 de España (programa «THAO») y 8 de Bélgica («Viasano»)**

### Apoyo a programas de prevención de la obesidad

La incidencia global de la obesidad, especialmente entre los niños, ha aumentado espectacularmente en los últimos 20 años. Como sus causas son múltiples, a menudo se hace necesario un enfoque multistakeholder que incluya iniciativas municipales y escolares a gran escala. Nestlé ha desarrollado o patrocinado multitud de programas de educación e intervención de este tipo, muchos de ellos canalizados a través de la escuela.

Más información sobre estos programas en la página
**www.nestle.com/csv/education**

Desde 1992, Nestlé Francia respalda un programa educativo de nutrición a largo plazo («Fleurbaix Laventie Ville Santé») en dos pueblos del norte de Francia. Los resultados demostraron que los niños poseían unos mejores conocimientos nutricionales y que la obesidad infantil no aumentó significativamente, mientras que su incidencia se duplicó en las poblaciones de «control».

En 2004, el proyecto se convirtió en EPODE («Ensemble, Prévenons l'Obésité Des Enfants»/Juntos, Prevengamos la Obesidad Infantil), un programa de actuación municipal destinado a prevenir la obesidad infantil, que Nestlé Francia sigue apoyando. El programa promueve la actividad física regular, el desplazamiento a la escuela a pie y dietas saludables mediante carteles, folletos informativos, boletines, talleres y menús. El programa EPODE se ha extendido ya a 167 localidades de Francia, 30 ciudades españolas (con el plan «THAO Salud Infantil» respaldado por Nestlé España) y 8 en Bélgica («Viasano»). Actualmente abarca una población de 2,5 millones de personas en toda Europa. También hay negociaciones en curso en otros países europeos, como Grecia, y en Australia y Canadá.

### Red europea EPODE

Con el respaldo de la Comisión Europea, Nestlé destinará 525.000 euros al proyecto de red paneuropea EPODE (EEN), desde 2007 hasta 2010, que pretende facilitar la implantación de programas de actuación municipal como EPODE en toda Europa. Mediante el desarrollo de directrices para la participación política, la evaluación científica, la cooperación entre los sectores público y privado, la interconexión y el marketing social, y compartiendo las mejores prácticas, la EEN contribuirá a los objetivos de la UE de promover estilos de vida y dietas más saludables, así como la actividad física, y prevenir la obesidad y otras enfermedades crónicas.

El reto principal

### Proyectos con múltiples grupos de interés

Nestlé colabora con instituciones de salud pública nacionales e internacionales en un esfuerzo por reducir la incidencia global de la obesidad. No se puede subestimar el valor del respaldo o la cooperación con otras instituciones (gobiernos, escuelas, distintas ONG o autoridades locales) a la hora de aportar soluciones para la comunidad. Todos tenemos funciones vitales, y a veces diferentes, que desempeñar. Para abordar los conflictos de interés relacionados con la Creación de Valor Compartido tanto para la sociedad como para Nestlé y sus organizaciones colaboradoras, debe existir una transparencia total, normas claras y buen gobierno. Sólo así los diferentes agentes en un enfoque con múltiples grupos de interés podrán respetar totalmente las funciones, responsabilidades y áreas de especialización de los demás.

**«El compromiso político es esencial. Sin él, no se puede hacer nada. Gracias al alcalde y a su equipo municipal, la ciudad puede asignar el presupuesto necesario para establecer acciones preventivas. La participación del alcalde es un verdadero acto de fe, pues en la prevención de la salud, los resultados no son inmediatos.»**

Monique Valaize,
Vicealcaldesa, responsable de la cartera de salud, Béziers, Francia

**Vea la entrevista completa sobre EPODE en Béziers en la página www.nestle.com/csv/stories**

1–3

**Una inversión saludable**
Nestlé Francia hace una aportación de EUR 250.000 anuales al programa de EPODE Juntos, Prevengamos la Obesidad Infantil, que en muchas ciudades de Francia se centra de forma práctica en la alimentación saludable. Además, Nestlé España ha invertido EUR 126.000 en 2008 en el programa equivalente THAO y Nestlé S.A. destina EUR 525.000 al proyecto trienal de la red paneuropea EPODE.

1, 2

3

14 Soluciones científicas a las necesidades de nutrición
22 Mejora de la calidad de alimentos y dietas
30 Prevención de la obesidad y control del peso
38 **Satisfacer los requisitos nutricionales de grupos con necesidades específicas**
48 Más concienciación, comprensión y conocimientos sobre nutrición
60 Mejorar la nutrición en los países en desarrollo

**Nutrición para todas las edades**
La dietista Zakia El-Yaagoubi ofrece productos de nutrición *Davigel* a residentes en el asilo des Estamounets, Couiza (Francia). Véase página 41.

# Satisfacer los requisitos nutricionales de grupos con necesidades específicas

## Necesidad nutricional →

**Requisitos nutricionales específicos dependiendo de la edad y el estilo de vida, incluyendo bebés, niños, ancianos, personas bajo tratamiento médico y convalecientes, así como deportistas.**

## La respuesta de Nestlé →

**El negocio y la capacidad de I+D de Nestlé, la mayor del mundo, se centran en necesidades de nutrición específicas para el desarrollo de productos y servicios científicos con unos objetivos precisos, que tengan unos beneficios funcionales que ayuden a los consumidores a vivir más y con mejor salud.**

## Creación de Valor Compartido

**Un amplio espectro de consumidores ve satisfechas sus distintas necesidades de nutrición, aportando a Nestlé un trampolín más sólido para un crecimiento rentable en las áreas de nutrición infantil, nutrición clínica, control del peso y nutrición para el rendimiento.**

# 10.400 millones

Ventas Nestlé Nutrition, en CHF

## Nestlé Nutrition

Nestlé Nutrition es un negocio integrado y global centrado en la aplicación de la ciencia y la tecnología para formular productos de eficacia clínicamente demostrada dirigidos a personas con necesidades nutricionales específicas. Aunque el sabor es importante, la prioridad en estos productos especializados consiste en el aporte de beneficios funcionales que satisfagan las necesidades nutricionales de las personas, tengan en cuenta cuadros clínicos específicos y les ayuden a llevar una vida más plena, sana y duradera.

Personas en edades y situaciones diversas, entre ellas bebés y niños, ancianos, enfermos bajo tratamiento o convalecientes, deportistas de resistencia, quienes buscan proactivamente la salud y quienes desean controlar su peso, pueden tener requisitos nutricionales muy específicos. Nestlé Nutrition mejora la calidad de vida de sus consumidores desarrollando, mediante la investigación científica, productos y servicios innovadores que satisfacen dichas necesidades específicas.

Con presencia en más de 100 países y más de 20.000 empleados en plantilla, Nestlé Nutrition comprende 4 áreas de negocio:

- Nutrición Infantil: contribuye a que lactantes y niños pequeños crezcan y se desarrollen sanos mediante alimentos para bebés y fórmulas para lactantes (véase página 44);
- Nutrición Clínica: productos para personas de edad avanzada y para enfermos convalecientes o que necesitan un tratamiento especial (véase página 40);
- Nutrición para el Rendimiento: fomenta el alto rendimiento mental y físico de atletas y personas con mucha actividad (véase página 42);
- Control del Peso: programas personalizados para controlar el peso y ayudar a los consumidores a perder kilos y no recuperarlos (véase página 34).

## Satisfacer necesidades de nutrición específicas

HealthCare Nutrition, la segunda mayor empresa mundial de nutrición clínica, aspira a transformar el papel que la nutrición desempeña en la salud, aportando soluciones de nutrición especializada con beneficios demostrados para la salud que mejoran la calidad de vida de pacientes y consumidores afectados por cuadros clínicos específicos.

### Riesgos nutricionales en personas mayores

Con el espectacular retroceso de las enfermedades infecciosas en el último medio siglo, cada vez más personas de todo el mundo viven más, y para 2050 cerca del 30% de la población de los países industrializados superará los 65 años. Sin embargo, el aumento simultáneo de enfermedades crónicas incrementa el riesgo de malnutrición. Hasta un 50% de las personas que viven en residencias de ancianos y un 70% de los pacientes de edad avanzada internados en hospitales están desnutridos. Los costes sanitarios derivados de la desnutrición superan los de la obesidad.

La desnutrición conlleva una menor independencia debido a la debilidad física y a un desgaste muscular, lo que con frecuencia provoca caídas y fracturas. Casi la mitad de los pacientes de edad avanzada con fracturas de cadera están desnutridos, y los pacientes con desnutrición grave son tres veces más propensos a sufrir infecciones.

Nestlé Nutrition dispone de un instrumento para identificar personas de edad avanzada desnutridas o con riesgo de desnutrición a través de su herramienta de detección y evaluación clínicamente asistida: Mini-Nutritional Assessment (MNA). La MNA es fácil de usar, se tarda menos de cuatro minutos en completar y está recomendada por organizaciones nacionales e internacionales. Nestlé Nutrition también ofrece marcas de suplementos nutricionales orales como *Resource,* que aportan una solución nutricional ajustada a las necesidades específicas de los ancianos.

Más información en la página
**www.mna-elderly.com**

### Problemas gastrointestinales en niños

Traumatismos, cirugía mayor y trastornos como la fibrosis quística, la enfermedad de Crohn y la pancreatitis pueden provocar en los pacientes secuelas gastrointestinales como inflamación, síndrome de malabsorción, reflujo o vómitos. La consecuencia es un mayor riesgo de desnutrición y pérdida de peso, y muchos pacientes necesitan fórmulas que se puedan suministrar fácilmente a través de una sonda.

Además de las especialidades para adultos, se han desarrollado varias formulaciones de *Peptamen Junior* para niños de entre 1 y 10 años. Éstas se basan en péptidos de suero de leche, lo que las hace fácilmente absorbibles y reduce la probabilidad de reflujo y vómitos. Otra solución Nestlé, *Modulen IBD,* se emplea para favorecer la curación, disminuir la inflamación e impulsar el crecimiento en pacientes con enfermedad de Crohn.

*Boost Kid Essentials* es una nueva bebida completa desde el punto de vista nutricional, con un formato atractivo para los niños y que proporciona una innovadora pajita probiótica con *Lactobacillus reuteri Protectis,* que fortalece el sistema inmunológico y ayuda

**«Estamos especializados en la identificación de deficiencias de movilidad, de las funciones diarias y de la cognición de las personas de la tercera edad. Al localizar estos cambios a tiempo, estamos en condiciones de predecir el riesgo de deterioro físico de una persona y ofrecer intervenciones a medida que ayuden a prevenir las complicaciones. Con los suplementos alimenticios, podemos mejorar esas intervenciones.»**

Reto Kressig,
Catedrático y Director de la Clínica Geriátrica Universitaria del Hospital Universitario de Basilea, Suiza

**Se puede ver la entrevista completa en la página www.nestle.com/csv/stories**

1

**La prevención en primer lugar**
Un paciente rellena el formulario Mini-Nutritional Assessment (MNA), que forma parte de un programa de evaluación nutricional para identificar precozmente el riesgo de padecer malnutrición.

2

**Enriqueciendo alimentos**
El cocinero Hervé Pintonello prepara productos *Davigel* enriquecidos con proteínas y calcio para residentes del asilo de Estamounets, Couiza, France.

3

**La ciencia de la salud**
Una investigación puntera, como la realizada por los científicos de Nestlé PTC en Konolfingen (Suiza), es necesaria para garantizar los atributos medicinales de nuestros productos de salud y establecer en ellos la confianza del consumidor.

1, 2

3

**Nutrición deportiva con base científica**

**8%**

**Mejora del rendimiento de los atletas gracias al Beneficio Activo de Marca *C2Max***

a mantener la salud de los niños. Esta pajita hace que beber sea divertido y está clínicamente demostrado que reduce significativamente los días de convalecencia y la gravedad de la diarrea aguda. *Boost Kid Essentials* también es una buena fuente de vitaminas y minerales esenciales, como las vitaminas C y E, selenio, proteínas de alta calidad y antioxidantes.

### Ayudar a los pacientes a mantener el vigor en su lucha contra el cáncer

En el mundo se producen más de 10 millones de nuevos casos de cáncer cada año, cifra que se prevé ascienda a 15 millones para 2020. El cáncer y su tratamiento consumen notablemente las reservas nutricionales del organismo y los efectos secundarios del tratamiento (náuseas, pérdida de apetito, diarrea y alteración del olfato y el gusto) a menudo provocan una disminución de la ingesta de alimentos y una mala digestión y absorción de los nutrientes. Hasta un 80% de los pacientes de cáncer desarrollan desnutrición clínica, lo que supone un riesgo de menor receptividad al tratamiento, más efectos secundarios y peor calidad de vida.

Las soluciones nutricionales ofrecidas por Nestlé Nutrition para ayudar a los pacientes de cáncer durante su tratamiento incluyen suplementos orales con alto contenido proteico y energético como *Resource 2.0, Clinutren HPHC* y *Boost High Protein.* Estos productos están diseñados para mantener la energía y la masa muscular, fortalecer el sistema inmunológico y minimizar la pérdida de peso. Para algunos pacientes las bebidas con sabor a fruta, como *Clinutren Fruit* y *Boost Breeze,* también son más apetecibles que los suplementos en forma de batido.

### Satisfacer necesidades de nutrición específicas: deporte y actividad física

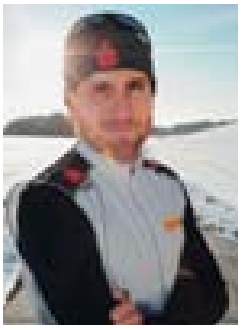
Performance Nutrition (nutrición para el rendimiento) es un pequeño negocio especializado que satisface las necesidades nutricionales de quienes practican regularmente deportes de competición.

Entre una gama de productos que incluye barritas energéticas, bebidas para deportistas, geles y suplementos proteínicos, uno de nuestros productos líderes, *PowerBar,* fue relanzado en 2007 con el innovador sistema de rendimiento en tres fases *PowerBar,* diseñado para aportar la nutrición correcta en cada fase concreta de rendimiento:

- Dar energía: con nutrientes adecuados para aportar energía antes del entrenamiento;
- Alimentar: con hidratos de carbono y electrolitos para reponer energía durante el esfuerzo;
- Reconstruir: con hidratos de carbono, proteínas y fluidos para ayudar a la reparación muscular, la restauración del glucógeno y la rehidratación después de la actividad.

Los productos de alimentación diseñados para ayudar a los deportistas de élite a alcanzar un rendimiento máximo están especialmente dirigidos a pruebas de ultra-resistencia como los triatlones Ironman. La barrita energética *PowerBar* incluye una combinación específica de carbohidratos en forma de glucosa y fructosa en el BAB *C2Max,* que está demostrado que incrementan el rendimiento en un 8%.

**«Después del primer triatlón, uno está lleno de satisfacción, incluso si no ha quedado entre los 100 primeros, pero si deseas estar entre los más destacados deberás verlo más como una ciencia que como un deporte.»**



Faris Al-Sultan,
Cinco veces ganador del Ironman y ex campeón mundial de Ironman

1

**Ayudando a convivir con la diabetes**
*Sondalis Diabetes* es una dieta líquida completa suministrada vía enteral para quienes tienen hiperglucemia.

2

***PowerBar* Team Elite**
*PowerBar* patrocina anualmente a atletas destacados en sus respectivos deportes, así como 1.000 eventos deportivos.

**Dar energía, alimentar y reconstruir**
Las barritas energéticas *PowerBar* incluyen BAB *C2Max,* una combinación específica de carbohidratos en forma de glucosa y fructosa que está demostrado que incrementa el rendimiento en un 8%.

3

**Proteccion de la lactancia materna**
La leche materna es el mejor alimento para el bebe, por lo que es recomendable que lo hagan todas las mujeres capaces de ofrecerla.

1

2

3

## Satisfacer las necesidades de sucedáneos de la leche materna

### Protección de la lactancia materna

En *Memorial of the Nutrition of Infants* de Henri Nestlé, publicado poco después de la constitución de la empresa, éste declaró que la leche materna es la alimentación más natural para un bebé y que todas las madres que pudieran amamantar a sus bebés debían hacerlo. Nestlé apoya la lactancia materna exclusiva mientras sea posible, seguida por la incorporación de alimentos complementarios seguros y adecuados, combinados con un amamantamiento continuado.

También informamos a los consumidores y profesionales de la salud de las ventajas y la superioridad de la lactancia materna en los envases y etiquetas de nuestros preparados para lactantes, y distribuimos material educativo promoviendo la lactancia materna.

### La función de los preparados para lactantes

En el mundo actual millones de mujeres siguen empleando sucedáneos de la leche materna peligrosos para sus hijos, especialmente en forma de leche entera de vaca, agua con almidón, agua de arroz y agua azucarada. Nestlé aspira a reemplazarlos con los únicos productos seguros y nutritivos reconocidos por la ONU y la OMS como sucedáneos de la leche materna: las fórmulas para lactantes.

Nestlé dispone de extensos sistemas de gestión para asegurar que las fórmulas para lactantes son vendidas y comercializadas de forma responsable, con arreglo al *Código de Comercialización de Sucedáneos de la Leche Materna de la OMS.*

Como mínimo, nuestra Política de Comercialización de Preparados para Lactantes garantiza que cumplimos las normas gubernamentales en todos los países. Además de esto, para proteger a los lactantes en países con unas condiciones higiénicas deficientes y una elevada mortalidad infantil, somos la primera empresa que pone en práctica voluntariamente la totalidad del Código de la OMS en todos los países en desarrollo, incluso allí donde no se implementa a escala nacional.

Los cereales y alimentos infantiles de Nestlé (véase página 46) no se comercializan ni etiquetan en ningún país como sucedáneos de la leche materna. Somos la única compañía que aplica voluntaria y unilateralmente el Código de la OMS en países en desarrollo, tanto en fórmulas de inicio como de continuación, y que comercializa cereales infantiles y alimentos infantiles en países en desarrollo sólo para bebés de más de 6 meses de edad.

**El reto principal**

### Garantizar el cumplimiento del Código de la OMS

Como fabricante de alimentos infantiles, Nestlé se toma muy en serio su responsabilidad de garantizar que nuestras prácticas de comercialización cumplen con lo prescrito en el Código. Aparte de distribuir ampliamente el documento oficial del Código, hemos desarrollado una serie de mecanismos internos para garantizar su cumplimiento sistemático, como:

- emitir instrucciones detalladas sobre la implementación del Código;
- amplios programas de formación y educación para empleados;
- un programa interno de registro de quejas que permite a los empleados, de forma confidencial y anónima, expresar sus inquietudes acerca de su cumplimiento;
- un programa de auditorías independientes periódicas por parte de terceros;
- auditorías internas anuales en cerca de 20 países.

**Vea los resultados de las auditorías más recientes en la página www.babymilk.nestle.com**

Nos tomamos muy en serio las acusaciones por parte de grupos activistas sobre violaciones del Código de la OMS, pues hacemos un gran esfuerzo por garantizar que nuestras prácticas comerciales lo respeten. Cuando tenemos conocimiento de denuncias lo suficientemente concretas como para obtener más detalles, las investigamos minuciosamente. Los resultados de estas investigaciones muestran que los casos reales de violación del Código son raros y generalmente han sido solventados mucho antes de que conozcamos la denuncia. Dirigentes religiosos, analistas de inversiones éticas, gobiernos y líderes de opinión de todo el mundo han examinado nuestras prácticas y su respuesta ha sido positiva. El problema parece deberse a una diferencia de opinión en cuanto al alcance y la aplicación del Código. Algunos grupos activistas hacen una interpretación muy amplia, mientras que nosotros creemos que, como su propio nombre indica, el Código abarca a los sucedáneos de la leche.

**Lea un resumen de las conclusiones en la página www.babymilk.nestle.com**

### Reforzar las bacterias intestinales en los niños

La leche materna es fuente de probióticos y, en concreto, de bifidobacterias. Estas bacterias «buenas» se transmiten al niño durante la lactancia, lo que «educa» al sistema inmunológico y reduce el riesgo de infecciones y alergias. En los niños que no se alimentan con leche materna, reforzar las fórmulas infantiles con probióticos fomenta el desarrollo de bacterias saludables en la microflora intestinal. Nestlé fue uno de los primeros en usar probióticos en leches en infantiles para intentar acercarse más a los beneficios de la lactancia natural.

**El reto principal**

## La alergia a las proteínas de la leche de vaca

Además de proporcionar todos los nutrientes que el bebé necesita, la leche materna contiene varios componentes bioactivos que reducen de forma natural la sensibilización a los alérgenos y genera tolerancia a proteínas extrañas. Sin embargo, si la lactancia natural no es posible, las fórmulas elaboradas con leche de vaca son con frecuencia portadoras de la primera xenoproteína con la que se encuentra un bebé que no es amamantado y, por ello, la alergia a las proteínas de leche de vaca (CMPA) es la alergia alimentaria más común en los recién nacidos. En bebés amamantados es relativamente fácil evitar totalmente la leche de vaca, pero para los niños que no reciben leche materna hacen falta sustitutos adecuados para prevenir o controlar la CMPA. Existen dos soluciones hipoalergénicas diferentes:

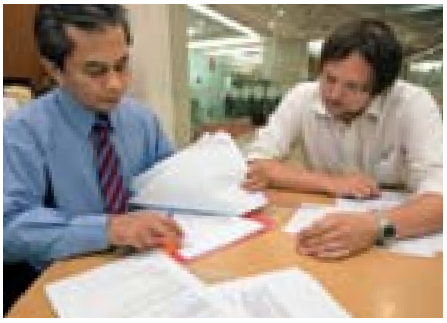
- Prevención de alergias: numerosos estudios de expertos independientes han demostrado que alimentar a los bebés, que no son amamantados, con fórmulas parcialmente hidrolizadas (HFs) durante los primeros meses de vida reduce el riesgo de desarrollar alergias, porque la proteína que contienen se ha dividido en péptidos, que tienen menos probabilidad de desencadenar una reacción alérgica. Se ha demostrado clínicamente que las fórmulas parcialmente hidrolizadas, como *NAN H.A. 1* y *NAN H.A. 2* de Nestlé, reducen el riesgo de desarrollar alergias hasta en el 50% de los bebés de alto riesgo, y reducen los problemas dermatológicos relacionados con alergias en un porcentaje similar de bebés de menores de 2 años;
- Terapia contra la alergia: para controlar en los niños no amamantados la CMPA u otras intolerancias a las proteínas, se necesitan leches especiales que garanticen que se evita por completo una sensibili-

1

**Mantenerse bien informados**
Los empleados de Nestlé Indonesia asisten a una sesión informativa sobre el Código de la OMS en la sede central en Yakarta.

2, 3

**Cumplimiento del Código**
Auditores de Bureau Veritas hablan con el defensor del Código de la OMS de Nestlé en Indonesia y revisan las existencias de fórmulas para lactantes.



1, 2

3

zación a la proteína. Las fórmulas altamente hidrolizadas (eHFs) no presentan prácticamente ningún alérgeno porque la proteína que contienen se ha dividido en fragmentos muy pequeños que no provocan reacción inmunológica. Estas fórmulas están disponibles desde hace décadas, pero su producción solía ser costosa y tenían un sabor amargo. Los expertos de Nestlé han superado estas dos dificultades con soluciones dietéticas rentables diseñadas específicamente para el control de la intolerancia a los alimentos y la hipersensibilidad, como *Alfaré* y *Althéra,* que, con un sabor mejorado, refuerzan además la alimentación y la adaptabilidad a largo plazo.

### Fórmulas infantiles para bebés nacidos mediante cesárea

El número de niños nacidos mediante cesárea aumenta en todo el mundo, con tasas por encima del 30% en Europa Occidental y Estados Unidos, y de entre el 70% y el 80% en algunos lugares de Latinoamérica y Asia. Los bebés que llegan al mundo a través de una incisión de cesárea, normalmente en condiciones de esterilidad, carecen de la microflora que inicialmente habría colonizado el intestino en un parto natural, lo que les hace más susceptibles a alergias y a infecciones intestinales.

Nestlé es la única empresa que actualmente crea fórmulas de inicio especialmente diseñadas para niños nacidos por cesárea. Nestlé *NAN 1* y *NAN H.A.1* contienen el BAB *Protect Start Excel,* que genera bifidobacterias protectoras en el intestino mediante el cultivo probiótico *Bifidus BL.* Esto es beneficioso para todos los niños, pero especialmente para los nacidos por cesárea y con microflora intestinal reducida. En 2009 se completará la implementación mundial de todos estos productos.

### Satisfacer necesidades específicas: alimentos complementarios para bebés

Hacia los 6 meses de edad, la leche materna puede no ser suficiente para cubrir las necesidades energéticas y nutricionales del bebé. En esta etapa puede empezar a ingerir alimentos complementarios no líquidos, que ayudan a reforzar el crecimiento, desarrollar el cerebro y formar defensas naturales.

### El Estudio sobre Alimentación de Bebés y Niños

Las investigaciones demuestran que la exposición regular a sabores y alimentos variados en las primeras etapas de la vida, incluso en las etapas prenatal y de lactancia, puede influir de modo positivo en las preferencias alimentarias del niño y en sus hábitos alimentarios posteriores. En 2008, Nestlé Nutrition realizó un Estudio sobre Alimentación de Bebés y Niños (FITS), con niños de hasta 4 años. Éste se basó en un estudio anterior realizado por Gerber en 2002 en el que se analizaban los hábitos alimentarios y la ingesta de nutrientes de más de 3.000 bebés y niños estadounidenses de edades comprendidas entre los 4 y los 24 meses. Además de un bajo consumo de grasas saludables o fibra y un exceso de ingesta de sal, se recogían las siguientes conclusiones:

- cerca del 25% de los niños de entre 19 y 24 meses no consumía frutas o verduras;
- las patatas fritas eran la hortaliza de consumo más habitual en los niños de entre 15 y 18 meses;
- el 46% de los bebés de entre 7 y 8 meses consumían postres, dulces o bebidas edulcoradas.

Al compartir los resultados del Estudio sobre Alimentación de Bebés y Niños con los padres y los pediatras, Gerber sigue cumpliendo su papel de líder estadounidense en alimentación de bebés y niños pequeños y desarrollando soluciones nutricionales a medida.

### Un comienzo saludable, una vida saludable

Creemos que cada etapa del desarrollo infantil presenta unas necesidades nutricionales y calóricas diferentes, y hemos incorporado esta idea a nuestro plan de alimentación integral. Al asegurar que nuestras leches infantiles y alimentos complementarios contienen las mejoras en nutrición más recientes, los bebés y los niños aprenden a apreciar diferentes sabores a medida que crecen y estos buenos hábitos alimentarios pueden formar unos cimientos sólidos para la salud y el bienestar a lo largo de su vida.

**Puede ver un video sobre cómo Gerber trabaja con padres y pediatras para desarrollar nuevos productos de calidad y elaborados localmente con ingredientes naturales en www.nestle.com/csv/stories**

1, 2

**Un mercado en crecimiento**
Bebés probando los últimos productos de Gerber. La investigación apoya la iniciativa de Gerber Start Healthy, Stay Healthy (un comienzo saludable, una vida saludable), que ayuda a los padres a establecer hábitos de alimentación saludables para sus hijos.

3

**Plástico fantástico**
El envase ecológico para la gama de Nestlé *NaturNes* es manejable, robusto y resistente al microondas y está provisto de una tapa sustituible.

**Más información sobre cómo rediseñamos los envases de *NaturNes* pensando tanto en el consumidor como en el medio ambiente, en www.nestle.com/csv/stories**

1, 2

3

14 Soluciones científicas a las necesidades de nutrición
22 Mejora de la calidad de alimentos y dietas
30 Prevención de la obesidad y control del peso
38 Satisfacer los requisitos nutricionales de grupos con necesidades específicas
48 **Más concienciación, comprensión y conocimientos sobre nutrición**
60 Mejorar la nutrición en los países en desarrollo

**Un juego de niños**
Dos de los miles de escolares peruanos que están aprendiendo acerca de la alimentación saludable de una forma placentera, a través del programa de Nestlé «Crecer Bien». Véase página 52.

# Más concienciación, comprensión y conocimientos sobre nutrición

## Necesidad nutricional →

**Una mayor concienciación y mejor entendimiento sobre temas nutricionales, de modo que los consumidores puedan elegir con plena consciencia y que el propio empleado de Nestlé pueda hacer de embajador de estilos de vida saludables.**

## La respuesta de Nestlé →

**Entre las iniciativas de Nestlé se incluyen: un etiquetado nutricional claro en el envase; la participación en programas de educación y actuación; la publicación on line de gran cantidad de información disponible para todo el mundo; proyectos para el bienestar en el puesto de trabajo y colaboración con instituciones públicas de salud, gobiernos y quienes trabajan en favor de dietas y estilos de vida más saludables.**

## Creación de valor compartido

**Al proporcionar información nutricional a los consumidores, se les capacita para realizar elecciones más saludables y comprender mejor la importancia de la nutrición, la alimentación saludable y la actividad física, al tiempo que los empleados disfrutan de dietas mejoradas, más oportunidades para practicar una actividad física y mayores conocimientos nutricionales. La combinación de estos elementos mejora la productividad y la moral, aumenta nuestra reputación entre la comunidad científica y en el ámbito de la salud y de las políticas públicas, y genera oportunidades para un crecimiento rentable.**

**Información nutricional práctica y clara**

# 98%

**Porcentaje de productos Nestlé con el *Nestlé Nutritional Compass***

## Mejorar los conocimientos nutricionales de los consumidores y la sociedad

Somos muy conscientes de nuestro papel en la comunicación responsable con el consumidor, especialmente con los niños, por lo que todas las empresas Nestlé están obligadas a cumplir los Principios de Comunicación con el Consumidor de Nestlé, además de la legislación vigente.

Como parte de nuestras responsabilidades generales, tenemos el compromiso de utilizar un etiquetado claro y práctico (véase más abajo). También participamos en programas locales, regionales y nacionales de educación nutricional (página 52) y ayudamos a nuestros empleados a llevar una vida más saludable y a convertirse en embajadores de nuestra empresa en salud y bienestar (página 54). La colaboración con las instituciones de salud pública, gobiernos y demás organizaciones que trabajan para lograr sociedades más saludables refuerza nuestra reputación como empresa de Nutrición, Salud y Bienestar líder en el mundo (página 56). Asimismo, proporcionamos una amplia información nutricional en nuestra web.

### *Nestlé Nutritional Compass*

Los envases son un medio ideal para proporcionar a los consumidores una información nutricional clara y práctica, ya que el consumidor accede a ella en el momento de la compra, de la preparación y del consumo de los alimentos.

Mientras siguen los debates sobre el mejor modo de etiquetar los alimentos, nosotros hemos introducido el *Nestlé Nutritional Compass,* un recuadro informativo impreso en el envase que proporciona al consumidor información nutricional importante y fácil de entender, y que capacita para decidir con fundamento los alimentos que consume.

El *Nestlé Nutritional Compass* consta de cuatro elementos:

- una tabla de contenidos nutricionales estandarizada que ofrece las cantidades por 100g, por ración individual y como porcentaje de la Cantidad Diaria Orientativa (véase más abajo);
- un recuadro llamado «Sabías que», en el que se explican los ingredientes o los nutrientes del producto, tales como el contenido en grasa, azúcar, fibra o calcio;
- un recuadro llamado «Recuerda», con consejos para disfrutar del producto de forma responsable y tener presente el lugar que ocupa en una dieta diaria equilibrada;
- un recuadro llamado «Hablemos», con datos de contacto y enlaces al servicio de atención al consumidor, páginas web y otros materiales.

En diciembre de 2008, el *Nestlé Nutritional Compass* aparecía en el 98% de envases de los productos Nestlé vendidos en todo el mundo. Nuestra meta es mantener en todo momento ese nivel, incluso con la elevada tasa de lanzamientos de nuevos productos, y lo ideal sería aumentarlo hasta alcanzar el 100%.

**El reto principal**

### Medir el éxito del *Nestlé Nutritional Compass*

Medir los avances respecto a nuestra promesa de proporcionar a los consumidores una información nutricional práctica y clara en el envase de nuestros productos supone una tarea considerable, debido en gran medida a que nuestra cartera de productos mundial evoluciona y crece de forma constante. Establecer el éxito de iniciativas globales como el *Nestlé Nutritional Compass* requiere tiempo y muchos recursos. Asimismo, los estudios son costosos y pueden considerarse sesgados si los realiza Nestlé, y es poco probable que grupos intersectoriales quieran realizar este tipo de encuestas.

Sin embargo, en junio de 2007, Nestlé encargó a una consultora independiente que llevara a cabo un investigación sobre las percepciones del consumidor acerca del *Nestlé Nutritional Compass* en 11 países, mediante encuestas personales y on line. Casi la mitad de los entrevistados (el 45%) conocían el *Nestlé Nutritional Compass,* que además obtuvo mejor calificación que las tablas nutricionales de envases convencionales que sirvieron de muestra.

### Cantidad Diaria Orientativa

Los nutricionistas de Nestlé trabajan con varios grupos de interés para desarrollar el *Nestlé Nutritional Compass* y garantizar su pertinencia de forma continuada. En Europa, por ejemplo, se está adaptando para elaborar una tabla completa de Cantidad Diaria Orientativa (CDO) del Grupo 2 (véase más abajo). Esto forma parte de la política de Nestlé y es fundamental si se alega el valor nutricional o las propiedades saludables del producto. Sólo en el caso de que no se hagan este tipo de afirmaciones y haya limitaciones de espacio, podrán mencionarse únicamente los componentes del Grupo 1.

**Nutrientes clave**

| | |
|---|---|
| Grupo 1 | valor energético, glúcidos, proteínas y lípidos |
| Grupo 2 | valor energético, glúcidos, proteínas, lípidos, azúcares, ácidos grasos saturados, sodio y fibra dietética |

Las CDO las desarrolló la CIAA (Confederación Europea de Industrias de Alimentación y Bebidas) como parte de su programa de etiquetado nutricional

1

**Exponiendo argumentos**
Una empleada de Nestlé conversa acerca del *Nestlé Nutritional Compass* con una delegada de la American Dietetic Association Convention en Chicago (Estados Unidos), en octubre de 2008.

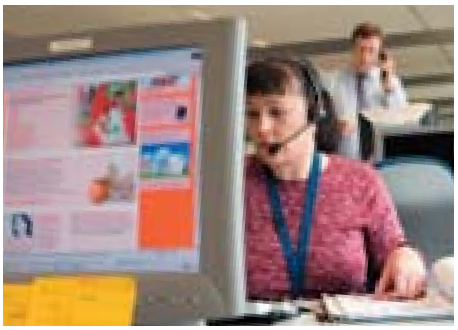
2

**Hablemos**
El Ernährungsstudio de Nestlé Alemania ofrece información on line sobre nutrición y un servicio de asesoramiento telefónico a los consumidores.

3

**En la buena dirección**
*Nestlé Nutritional Compass* aparece ahora en casi todos los envases de productos de todo el mundo.

1



2

3

**Intervención nutricional a nivel mundial**

# 9,1 millones

**Personas alcanzadas por iniciativas y programas educativos de Nestlé**

voluntario, que informa al consumidor de la cantidad de valor energético y demás nutrientes clave que contiene una ración de alimento, comparado con las cantidades diarias que, de media, necesita una persona con una dieta equilibrada. La tabla de CDO, que aparecía en el 88% de nuestros productos en Europa a finales del año 2008, se complementa con una información visible en el frontal del envase sobre el contenido energético por ración y su contribución al aporte calórico diario recomendado, a menudo con una flecha que dirige al consumidor hacia el *Nestlé Nutritional Compass,* más exhaustivo y orientado a la acción, que aparece en el reverso.

## Apoyo a programas educativos

Nestlé lleva a cabo, patrocina o participa en muchos programas de formación social en todo el mundo que ayudan a los consumidores a comprender mejor la importancia de la nutrición, la alimentación saludable y la actividad física. Las actuaciones tempranas en el ámbito de la nutrición pueden mejorar la salud de los niños, su capacidad de aprendizaje y su rendimiento, y por ello las escuelas son una de nuestras prioridades. Más abajo se describe una selección de estos programas.

Más información en la página
**www.nestle.com/csv/education**

Europa: En septiembre de 2008 se creó la Nestlé France Fondation d'Entreprise para animar a las familias francesas a adoptar hábitos alimentarios que propicien la salud y el bienestar a largo plazo. La Fundación, dirigida por un comité multidisciplinar, concederá becas de apoyo a la investigación sobre aspectos biológicos, sociales y humanos de la alimentación y otorgará los premios «Gold Nest» a iniciativas de cuatro categorías (salud, actividad física, placer y sabor, y educación).

Más información en la página
**www.fondation.nestle.fr**

Asia: En Filipinas, la campaña «Laki sa Gatas» (Crece con leche), asociada a la leche en polvo *Bear Brand*, comprende educación nutricional para los niños de las escuelas públicas, las madres y los maestros. La campaña, respaldada por agencias estatales y de nutrición, y promocionada por Vilma Santos, una gobernadora y actriz muy conocida, ha llegado a más de un millón de alumnos de entre 6 y 8 años de unas 2.300 escuelas de todo el país y anima a otras unidades de negocio de Nestlé a reproducir este programa con marcas locales.

Oceanía: Para ayudar a los maestros a inculcar a sus alumnos los beneficios de un estilo de vida equilibrado y capacitarlos para que lleguen a ser campeones, ya sea dentro o fuera del ámbito deportivo, Nestlé ha trabajado con el Instituto Australiano del Deporte (AIS) y con el Instituto de Deporte y Salud neozelandés (New Zealand Millennium Institute of Sport & Health) para desarrollar el programa «Acerca el AIS a las aulas», un conjunto de recursos gratuitos para niños de edades comprendidas entre los 10 y los 13 años.

Latinoamérica: Creado como una herramienta educativa innovadora en una de las zonas más pobres de Perú, el programa «Crecer Bien» emplea tanto ejercicios teóricos como prácticos para educar a los niños de las escuelas sobre aspectos de la nutrición y la higiene, y para promover buenos hábitos alimentarios. El programa contribuirá a reducir la malnutrición entre los niños pequeños y favorecerá el crecimiento físico y desarrollo mental de los niños de entre 3 y 8 años. Los maestros participantes se han mostrado muy satisfechos por la participación de los padres; a su vez, la colaboración local de nutricionistas, maestros, psicólogos y especialistas del desarrollo infantil también está siendo fundamental para el éxito de «Crecer bien».

Latinoamérica: En Brasil, 1.180.000 niños de entre 5 y 14 años se beneficiaron de nuestro programa «Nutrir», creado y desarrollado para prevenir la malnutrición y la obesidad de niños y adolescentes de familias de rentsa bajas y así llegar directamente a sus comunidades. Con 1.400 voluntarios de Nestlé que dedican 116.000 horas al año a la educación nutricional, el programa «Nutrir» descansa sobre tres pilares: el trabajo de los voluntarios, las alianzas con las universidades y el gobierno local que incluyen dos proyectos importantes sobre formación profesional en gastronomía y la lucha contra la obesidad. Desde entonces el programa se ha ampliado a México y Colombia, donde se ha puesto en marcha a través de Internet.

## Publicidad y marketing responsable

Los principios para una correcta comunicación con los consumidores forman parte de los Principios Corporativos Empresariales de Nestlé desde que estos se publicaron por primera vez en 1999. Revisados y reforzados en tres ocasiones desde entonces, dichos principios son referencia obligada para todo el personal de marketing y para las agencias de publicidad. Además, Nestlé ha desarrollado directrices para garantizar su cumplimiento en toda su comunicación con el consumidor y participa en iniciativas sectoriales, como un programa europeo para evaluar el grado de cumplimiento,

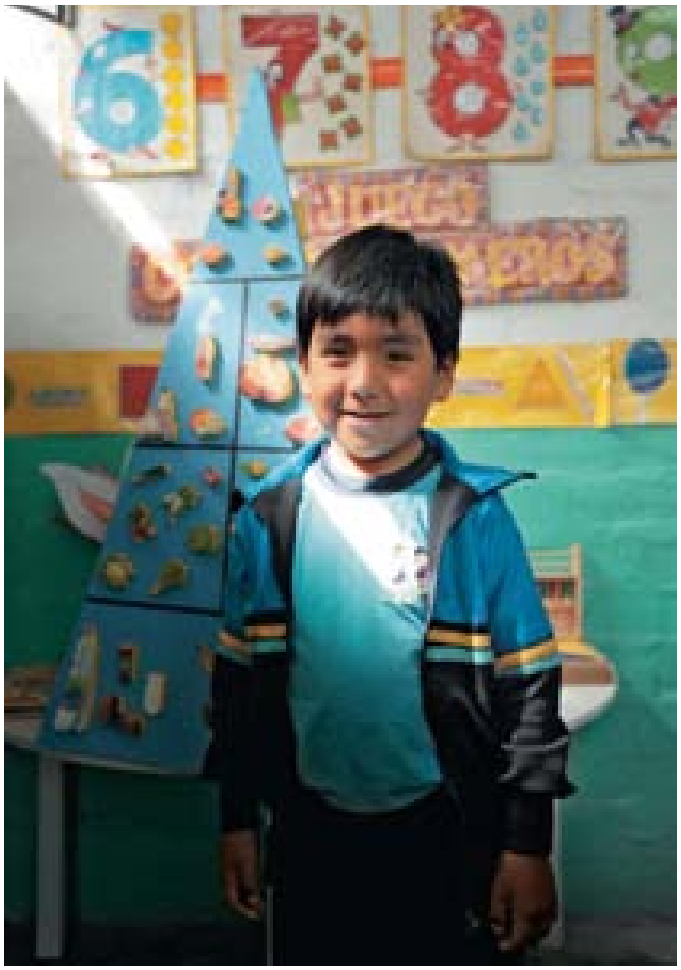
**«Nuestros estudiantes han cambiado mucho desde que participaron en el programa Healthy Thai Kids. Se divirtieron mucho, modificaron su comportamiento y su salud ha mejorado. Prefieren los alimentos nutritivos, hacen más ejercicio y están en condiciones de aprender más.»**

Siriwan Chantanasanon,
Subdirectora del Colegio Assumption Convent School, Bangkok, Thailand

**Se puede ver la entrevista completa en la página www.nestle.com/csv/stories**

1–3

**Crecer y vivir bien**
Hasta la fecha, el programa de Nestlé «Crecer Bien» en Perú ha permitido a 5.000 niños aprender con sus padres y profesores más cosas acerca de la nutrición, a través de diversos rompecabezas, juegos y ejercicios, alcanzando en total a 25.000 personas.



1

2

3

Programa «Nutrir», en Brasil

**116.000**

Horas anuales dedicadas por los voluntarios de Nestlé

por parte de las empresas, de los Códigos de Conducta para la Comunicación de Marketing de Alimentos y Bebidas.

La supervisión es una parte intrínseca de los diversos compromisos e iniciativas del sector. La European Advertising Standards Alliance llevó a cabo un control de la publicidad de alimentos y bebidas no alcohólicas. Se basaba en el Marco y el Código Consolidado de la Cámara de Comercio Internacional, así como en criterios nacionales autorreguladores.
El índice de cumplimiento de Nestlé era del 100%, ya que todas y cada una de las 84 piezas publicitarias de Nestlé analizadas cumplían los códigos de conducta pertinentes. Además, el cumplimiento de las empresas de alimentación y bebidas alcanza el 96%.

Más información en la página
**www.nestle.com/csv/marketing**

### Anunciar productos más saludables para niños

Lógicamente, una buena parte de la atención política se centra en la publicidad dirigida a los niños. La industria de alimentación y bebidas está realizando avances notables al ampliar y reforzar sus procedimientos autorreguladores en todo el mundo y al adoptar el Marco de la Cámara de Comercio Internacional para una publicidad responsable de alimentos y bebidas no alcohólicas, actualizado por última vez en octubre de 2006 para cubrir todas las formas de comunicación marketing, incluyendo los medios digitales.

Realizar una publicidad y una comunicación responsable dirigida a niños siempre ha formado parte de los Principios de Nestlé de Comunicación con el Consumidor, cuyo objetivo es fomentar la moderación, los hábitos alimentarios saludables y la actividad física, sin menoscabar la autoridad de los padres u ofrecer expectativas poco realistas de popularidad o éxito. Con la creciente preocupación de fondo por la obesidad infantil, Nestlé reforzó estos Principios en julio de 2007 con dos disposiciones importantes, que se cumplen plenamente en todos los países desde finales de 2008:

- la prohibición de dirigir actividades publicitarias o de marketing a niños menores de 6 años;
- la publicidad para niños de entre 6 y 12 años se limitará a productos que ayuden a los niños a lograr una dieta sana y equilibrada, con unos límites claros respecto al contenido de azúcar, sal y grasas.

### Compromisos e iniciativas

Hasta la fecha, Nestlé se ha adherido a cinco iniciativas voluntarias de supervisión independiente sobre publicidad responsable de alimentos y bebidas a diferentes escalas. Como signatario del «EU Pledge»(Compromiso de la UE) y del «Thai Pledge» (Compromiso de Tailandia), así como de las Iniciativas de Publicidad de Alimentos y Bebidas para Niños de Canadá, Estados Unidos y Australia, participamos en los esfuerzos de todo el sector para apoyar y promover una buena nutrición y un estilo de vida saludable. Nestlé Estados Unidos suscribió el «US Pledge» (Compromiso de Estados Unidos) en julio de 2008, y los compromisos de Europa, Tailandia y Australia entraron en vigor en enero de 2009.

Más información en la página
**www.nestle.com/csv/pledges**

### Mejorar los conocimientos sobre nutrición en el lugar de trabajo

Nestlé, que participa en la iniciativa «Trabajar por el Bienestar» del Foro Económico Mundial (parte de la Estrategia Global sobre Dieta, Actividad Física y Salud de la OMS), tiene como uno de sus principios operativos clave el cuidar de su propia gente. La salud de los empleados es la clave para obtener unos resultados netos saludables, pero la epidemia emergente de enfermedades no contagiosas, como las cardiovasculares, la diabetes o la obesidad, en gran medida consecuencia de una dieta pobre, el descenso de la actividad física y el consumo de tabaco, afecta negativamente a la productividad y genera costes asociados. El lugar de trabajo puede ser un sitio efectivo para implementar las estrategias de prevención, debido al número de personas y la cantidad de tiempo que se pasa en él. No hay fórmulas mágicas y la gente debe hacerse responsable de su propio comportamiento, pero con las herramientas y los estímulos adecuados, la empresa puede ejercer una influencia positiva.

### Programas de bienestar en el lugar de trabajo

Nestlé ha incorporado el bienestar al lugar de trabajo desde hace varias décadas, permitiendo que sus 283.000 empleados se conviertan en los embajadores más eficaces de la empresa. En los comedores del personal, ofrecemos alimentos y bebidas nutritivas, trabajamos para mejorar los conocimientos nutricionales de los empleados mediante cursos de formación, conferencias y demostraciones culinarias, y les animamos a llevar una vida físicamente activa.

En más de 40 centros se han puesto en marcha programas de bienestar en el puesto de trabajo, entre otros el programa «Wellness4Me» en nuestra sede central de Vevey, Suiza, que promueve:

- Estilos de vida activa: se ofrece, gratuitamente o subvencionado, un número cada vez mayor de deportes y clubs de ocio, y se ha construido

un nuevo centro de bienestar, que proporciona un centro de coordinación para la nutrición y el bienestar en la empresa;
- Alimentación saludable: todas la ofertas del comedor del personal tienen un aporte calórico controlado y se ofrecen menús bajos en calorías y equilibrados desde el punto de vista de los nutrientes. Una tercera parte del personal que utiliza el restaurante escoge el menú «Placer del Equilibrio» (menos de 500 kcal) y se suministran gratuitamente 450.000 piezas de fruta y 1,4 millones de botellas de agua al año;
- Medicina preventiva: incluye vacunación contra la gripe, consejos de salud para viajes, programas de control de peso y programas para dejar de fumar. Con la iniciativa «Corps à Cœur» (Cuida tu cuerpo), que está en marcha desde 1993, se ha controlado el colesterol, la glucemia y la masa corporal de 1.000 empleados cada 3 años, y muestra que la salud de los empleados de Nestlé mejora con el tiempo.

## Cursos de nutrición para empleados

La nutrición es un asunto que concierne a todo el mundo en Nestlé, y construir una cultura de aprendizaje constante es parte esencial de una empresa de Nutrición, Salud y Bienestar. Para respaldar este objetivo, introdujimos un programa de formación nutricional para empleados en 2007 y lo implementamos a escala mundial en 2008.

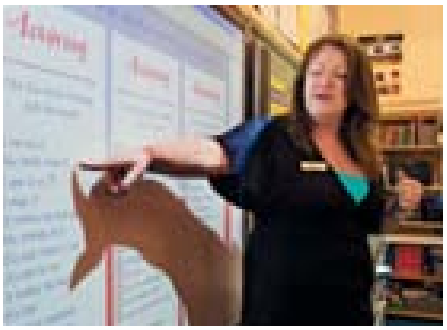
El programa mundial Nutritional Quotient (NQ) se diseñó para ampliar los conocimientos de los empleados y darles la confianza suficiente para aplicarlos tanto en el ámbito profesional como en su vida personal. El conjunto de herramientas NQ comprende manuales y presentaciones para formadores y materiales de aprendizaje para los asistentes, como ejercicios prácticos, módulos interactivos en CD-ROM y video y un cuestionario on line para medir los conocimientos antes y después de las sesiones. El conjunto

1,2

**El mejor de la clase**
En colaboración con el Instituto Australiano del Deporte, Nestlé ha desarrollado recursos pedagógicos para animar a los niños a explotar su potencial, tanto en los estudios como en el deporte.

3

**Una imagen saludable**
El programa de educación alimentaria «Nutrir» de Nestlé Brasil, diseñado para prevenir tanto la desnutrición como la obesidad de los niños, da apoyo mediante la formación de nutricionistas, maestros y cocineros de comedores escolares, así como suministrando material educativo para las aulas.



1, 2

3

**Cursos de nutrición para empleados**

**79.353**

**Empleados participaron en el programa de formación nutricional NQ durante los primeros 18 meses**

de herramientas también comprende materiales de concienciación adaptados a los idiomas, culturas y prioridades de salud locales.

**Programa formativo NQ (julio 2007–diciembre 2008)**

| | |
|---|---|
| Europa y Rusia | 28% |
| América (Norte y Sur) | 43% |
| Asia, África y Oceanía | 24% |
| Sede central y centros Nestlé Research | 5% |

Porcentaje del total de formación de NQ por área geográfica

A pesar de las limitaciones de tiempo y los inevitables cambios en los intereses individuales, han participado en el programa formativo NQ casi 80.000 empleados durante los primeros 18 meses. Si bien la diferencia de puntuación obtenida en los cuestionarios que se realizan antes y después de las sesiones sirve para calcular en qué medida han mejorado los conocimientos sobre nutrición, todavía está por cuantificar la aplicación práctica de esta mejora del conocimiento en las vidas de los empleados. Sin embargo, los comentarios que hemos recibido al respecto indican que el contenido y el formato del NQ son prácticos y aplicables.

Más información en la página **www.nestle.com/csv/NQ**

**El reto principal**

### Medir la efectividad del programa

Aunque el número de empleados vacunados contra la gripe, las bajas por enfermedad y la tasa de rotación de personal son algunos indicadores, es enormemente difícil obtener una evaluación formal de los programas de la compañía en todo el mundo. Además, en algunos países a menudo no se pueden obtener datos debido a limitaciones de coste o por respeto a la intimidad de las personas. La importancia de la confidencialidad y la discreción hacen que la evaluación sea compleja, ya que la actitud hacia la intimidad varía según los diferentes territorios, si bien tenemos un acuerdo general según el cual los resultados individuales no deben rastrearse ni tratarse por separado. Por consiguiente, evaluar con eficacia la efectividad de nuestros programas de bienestar en el lugar de trabajo, ya sean aquellos destinados a prevenir enfermedades concretas u otros basados en enfoques conductuales más amplios sobre estilos de vida, supone un reto que sólo un mayor esfuerzo de investigación puede resolver.

Ver video sobre el programa NQ de Nestlé en Japón en **www.nestle.com/csv/stories**

### Compromiso con la comunidad científica y de asistencia sanitaria

Durante más de 60 años, Nestlé Nutrition ha contribuido a la formación continua en nutrición de los profesionales médicos y científicos: 3.600 delegados médicos han suministrado a médicos, enfermeras y dietistas, material, productos y servicios para ayudar a sus pacientes.

El núcleo de esta actividad de divulgar información, educación y formación es el Nestlé Nutrition Institute (NNI), una red de comunicación interdisciplinar que impulsa «la ciencia para una mejor nutrición». El NNI proporciona a los profesionales sanitarios la información y las herramientas nutricionales más recientes y apoya la investigación en los campos de la nutrición pediátrica, clínica y para el rendimiento.

El NNI es, asimismo, el mayor editor mundial de información sobre nutrición. Entre sus 3.000 publicaciones se encuentran *Anales Nestlé* y *The Nest,* para pediatras, y *Clinical Nutrition Highlights,* una revista científica para nutricionistas clínicos. También hay disponible materiales en formato impreso, CD o DVD, y la web del NNI ofrece acceso on line a una biblioteca médica y científica, herramientas educativas, talleres e información sobre futuros eventos. La web cuenta con más de 40.000 miembros registrados, que pueden acceder a información cada vez más personalizada a través de blogs, chats y boletines y zonas VIP.

Más información en **www.nestlenutrition-institute.org**

En los últimos 25 años, el NNI ha organizado más de 100 talleres y simposios mundiales, que han reunido a los principales científicos y médicos del mundo, y ha concedido más de 500 becas de postgrado para formar a jóvenes pediatras, paramédicos y científicos en carreras relacionadas con la nutrición y la salud materno-infantil, o para la especialización médica en instituciones asociadas cuidadosamente seleccionadas.

Desde 2005, el NNI se ha convertido en una red mundial de más de 20 centros de conexión regionales que cuentan con sus propios asesores médicos y científicos. Además, el NNI ha creado una nutrida red de más de 500 líderes de opinión clave, que forman parte de los diversos comités asesores del Instituto.

### Compromiso con la salud pública y los gobiernos

La preocupación por los crecientes niveles de enfermedades no contagiosas está llevando a los gobiernos y a otras autoridades a plantearse planes de actuación preventiva y terapéutica para reducir la obesidad, mejorar la dieta y fomentar la actividad física. Entre ellos se incluyen recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud y de la Comisión Europea al sector privado (véase a continuación)

y diversas plataformas de gobiernos nacionales (página 58).

### Organizaciones internacionales

Nestlé, como miembro de la CIAA (Confederación Europea de Industrias de Alimentación y Bebidas), fue uno de los primeros en apoyar la Estrategia de la Organización Mundial de la Salud sobre Dieta, Actividad Física y Salud. Peter Brabeck-Letmathe, Presidente de Nestlé, estuvo presente en la primera mesa redonda de la OMS y consejeros delegados sobre la materia, y Nestlé ha participado activamente en el grupo de trabajo integrado por miembros del sector y la OMS, fomentando nuevos avances. En mayo de 2008, Paul Bulcke y los altos directivos de otras siete empresas internacionales de alimentación y bebidas establecieron un compromiso mundial con el director general de la OMS, en el que se definía la actuación en cinco áreas principales: composición y disponibilidad de los productos; información nutricional para los consumidores; marketing y publicidad dirigida a niños; promoción de la actividad física y de estilos de vida saludables, y acuerdos de colaboración. Este compromiso constituye la base para futuros logros en la implementación de la estrategia mundial de la OMS.

Más de la mitad de la población adulta de la mayor parte de los estados miembros de la UE tiene sobrepeso, así como unos 22 millones de niños. El coste económico de las enfermedades relacionadas con la obesidad también es muy elevado: según cálculos de la OMS, representa entre el 2% y el 8% del gasto sanitario de la UE, en función del país.

Al no haber una sola causa, no existen soluciones sencillas, y por ello se creó en mayo de 2005 la Plataforma Europea de Acción sobre Alimentación, Actividad Física y Salud. El considerable abanico de actividades asociadas con esta plataforma comprende: etiquetado de alimentos, publicidad y marketing, reformulación de productos, modificación del tamaño de las raciones y promoción de estilos de vida saludables.

1

**Alimentar la mente**
El programa formativo NQ brinda a todos los empleados de Nestlé la oportunidad de aprender acerca de la nutrición de una forma comprometida, mediante módulos de aprendizaje on line y sesiones presenciales, como los realizados en la fábrica de Nestlé en Rorschach (Suiza).

2, 3

**Centrado en los alimentos**
El «WellNes Centre» en Vevey (Suiza), que abrió sus puertas en enero de 2009, ofrece una nueva orientación para la nutrición, la salud y el bienestar en las empresas.

1

2, 3

**Nestlé Nutrition Institute**

# Más de 500

**Graduados de postgrado en los últimos 25 años**

Nestlé es miembro de una de las organizaciones fundadoras de la Plataforma Europea, la CIAA, y miembro corporativo de la AIM, «Association des Industries des Marques» (Asociación Europea de Marcas), que representa a 1.800 fabricantes de bienes de consumo de marca de 22 países.
A través de la AIM, esperamos mejorar la salud de los ciudadanos europeos ofreciéndoles opciones alimentarias equilibradas y fomentando estilos de vida más saludables.

**Más información en**
**http://ec.europa.eu**

En abril de 2008, tras meses de contribución proactiva al impulso creciente dentro del sector, Nestlé se convirtió en uno de los 54 signatarios de la Carta para la Salud y el Bienestar de la AIM. Las iniciativas, que aprovechan la confianza del consumidor en nuestras marcas para promover la salud y el bienestar, abarcan innovación y desarrollo de productos, asesoría al consumidor, educación y formación.

**Más información en**
**www.ciaa.be** y en **www.aim.be**

## Plataformas nacionales de nutrición

La importancia de la dieta y la nutrición para combatir las enfermedades no contagiosas y el predominio de la obesidad ha encontrado una respuesta política creciente a escala nacional. Nestlé apoya varias plataformas y proyectos de nutrición integrales, entre otros, los que a continuación se describen a modo de ejemplo.

Malasia: El Plan Nacional de Acción para la Nutrición de Malasia II (NPANM II), que funcionará hasta 2015, es un marco de acción a 10 años vista para integrar actividades relacionadas con la nutrición en todo el país. Su objetivo es mejorar el bienestar nutricional de los malayos y combatir la creciente incidencia de enfermedades no contagiosas relacionadas con la alimentación, tales como la obesidad o la diabetes. Nestlé ha prestado apoyo a iniciativas del NPANM II enriqueciendo determinados productos que habitualmente presentan una carencia de nutrientes, reduciendo nutrientes perjudiciales para la salud, proporcionando material educativo para concienciar más al consumidor y formando a empleados y estudiantes.

**Más información en la página**
**www.nestle.com/csv/malaysia**

Singapur: Como parte de sus esfuerzos para mejorar la salud pública del Sudeste asiático, el acuerdo de colaboración estratégico de Nestlé Singapur con la Fundación del Corazón de Singapur implica prestar apoyo a la campaña «Quiere a tu corazón», al tiempo que se promociona, con el logotipo de la fundación, la gama de leche *Omega Plus* como la leche recomendada para la salud coronaria y ósea. Nestlé también trabaja con el Consejo para la Promoción de la Salud (HPB) para difundir el lema «Comida sana, vida sana», a través de productos que reúnen los requisitos para incorporar el Símbolo de Elección más Sana, mediante un acuerdo de colaboración para promover la comida sana en tiendas de alimentación de NTUC FairPrices y con un abanico de charlas, demostraciones culinarias y promociones de productos.

**Más información en**
**www.nestle.com/csv/singapore**

Brasil: El gobierno brasileño viene desarrollando el «Programa Nacional de Alimentação Escolar» desde hace más de 50 años: en 2008, 34,5 millones de niños se beneficiaron de comidas en el colegio. El programa de educación alimentaria «Nutrir» de Nestlé Brasil, diseñado para prevenir tanto la desnutrición como la obesidad de los niños de familias de rentas bajas, da apoyo al programa mediante la formación de nutricionistas, maestros y cocineros de comedores escolares, así como suministrando material educativo para las aulas.

**Más información en la página**
**www.nestle.com/csv/nutrir**

**«En 2008, intentamos llegar a un segmento importante de la comunidad; queríamos realizar más actividades que fueran beneficiosas para la gente. Buscamos apoyo en el sector corporativo y, afortunadamente, Nestlé Malasia nos brindó su colaboración, contribuyendo a que el proyecto Nutrition Month Malaysia 2008 fuese un gran éxito.»**

Dr. Tee E. Siong,
Presidente, Nutrition Society of Malaysia

**Se puede ver la entrevista completa en la página www.nestle.com/csv/stories**

1

**Objetivos comunes**
De acuerdo con el Sr. Lam del Health Promotion Board de Singapur, «Nuestra colaboración con Nestlé es a largo plazo y su apoyo a la hora de ofrecer soluciones más saludables a los consumidores concuerda con nuestra misión de promover unos hábitos alimentarios sanos en nuestro país.»

2, 3

**Joven y activo**
*Milo,* uno de los numerosos productos de Nestlé que llevan el símbolo de Elección Más Sana (Healthier Choice) es «la bebida deportiva de los futuros campeones» en Singapur y en otros muchos países.

1, 2

3

14 Soluciones científicas a las necesidades de nutrición
22 Mejora de la calidad de alimentos y dietas
30 Prevención de la obesidad y control del peso
38 Satisfacer los requisitos nutricionales de grupos con necesidades específicas
48 Más concienciación, comprensión y conocimientos sobre nutrición
60 **Mejorar la nutrición en los países en desarrollo**

**Asequible y accesible**
Una consumidora en Kuala Lumpur (Malasia) compra *Nespray Cergas,* un Producto a Precio Popular enriquecido con hierro, calcio y vitaminas.
Véase página 62.

# Mejorar la nutrición en los países en desarrollo

## Necesidad nutricional →

**Acceso a alimentos asequibles y nutritivos, especialmente en las economías emergentes del mundo.**

## La respuesta de Nestlé →

**Iniciativas para hacer que los alimentos nutritivos sean asequibles y estén disponibles para los consumidores de rentas bajas en todo el mundo, apoyar la agricultura sostenible y los programas de desarrollo rural proporcionando asistencia técnica, formación y microcréditos; y financiar la investigación para mejorar la nutrición de las poblaciones más pobres del mundo a través de la Fundación Nestlé.**

## Creación de valor compartido

**Los consumidores de rentas bajas pueden permitirse productos de alimentación y bebida nutritivos. Los agricultores formados y motivados tienen la capacidad de aumentar sus cosechas, lo que repercute en sus ingresos e impulsa sus comunidades con oportunidades de empleo y desarrollo económico. Nestlé se beneficia al garantizarse el acceso a materias primas de alta calidad, cultivar una relación más estrecha con la comunidad, atraer a nuevos consumidores hacia sus marcas y mejorar su crecimiento y rentabilidad al generar resultados financieros adecuados para todos los accionistas.**

NESPRAY
CERGAS

Hacer asequible la buena alimentación

**300**

**Inciativas mundiales de Productos a Precio Popular (PPP)**

## Satisfacer las necesidades nutricionales de los grupos con rentas bajas

### Productos a Precio Popular (PPP)

Hemos ampliado sustancialmente nuestra iniciativa de PPP para aumentar de manera gradual la oferta de productos nutritivos al alcance de los grupos con rentas bajas. La clave para lograrlo es la aplicación de una nueva tecnología nutricional y alimentaria, además de nuevos modelos de distribución, para ofrecer productos seguros que aporten valor nutricional a un coste reducido.

Para llevar nuestros productos allí donde viven los consumidores en varios países de Asia y Latinoamérica, nuestra Iniciativa de Distribución Directa permite hacer llegar los PPP directamente a los pequeños minoristas, con agentes locales que utilizan furgonetas y motocicletas para llegar a las zonas rurales. En otros países, aumentamos la penetración de mercado y la disponibilidad de productos mediante distribuidores locales que venden a pequeñas tiendas locales de carácter familiar o directamente a los consumidores en los mercados callejeros y en los centros sociales, así como en otros eventos de carácter social. Respaldados a veces por microcréditos, estos canales de distribución local incluyen 1.700 «bares» *Nescafé* móviles en Tailandia, 3.000 cafeterías ambulantes en África Occidental y 6.000 distribuidores puerta a puerta en Brasil.

En 2008, el número de países participantes en el estudio de rendimiento de PPP incrementó de 37 a 70, implementándose más de 300 iniciativas y generándose un crecimiento orgánico del 27%.

**Ventas mundiales de PPP, en 2008**

| | Millones de CHF |
|---|---|
| Europa | 782 |
| América | 1.910 |
| Asia, Oceanía y África | 2.707 |

En 2008, se estandarizó la definición de ventas de Productos a Precio Popular en todas las zonas. Para obtener una explicación completa, consulte la página www.nestle.com/csv/inaction/ppp.

### Creación de Valor Compartido en la sociedad

El valor creado por nuestros PPP va más allá del acceso a productos nutritivos y asequibles y alcanza otros aspectos de la sociedad. Al emplear redes de fabricación y distribución locales, podemos crear, directa e indirectamente, oportunidades de empleo para obreros industriales, agentes, intermediarios, proveedores y distribuidores, lo cual impulsa el desarrollo económico local y el talento mediante la formación. El suministro local también proporciona a los proveedores ingresos regulares de un mercado fiable y asesoramiento técnico gratuito a través de redes, como los distritos lecheros de Nestlé (véase página 64).

### Mejorar la nutrición mediante PPP

Dado que gran parte de los consumidores de economías emergentes sufren las consecuencias de una alimentación deficiente en micronutrientes clave, como hierro, zinc, yodo o vitamina A (véase página 24), el hecho de añadir micronutrientes de bajo coste a nuestros PPP puede contribuir a combatir esos déficits a un precio asequible.

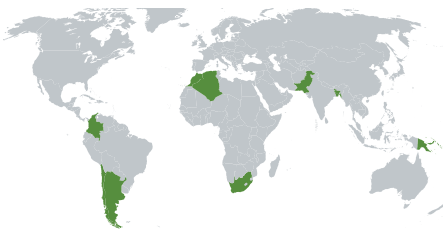
En concreto, aquellos que tienen ingresos más bajos no pueden permitirse complementar los productos dietéticos básicos, como los cereales, con carne, pescado, pollo y huevos, más ricos en micronutrientes, pero la leche, de por sí rica en calcio y buena portadora de suplementos de micronutrientes, es un modo viable a largo plazo de aportar nutrientes a amplios segmentos de la población. Por eso, Nestlé invierte 30 millones de CHF al año en investigación sobre productos lácteos de larga conservación, dirigida por el Centro de Investigación Nestlé y nuestro Centro de Tecnología de Productos en Konolfingen (Suiza).

### *Nido:* enriquecimiento de PPP en acción

Los productos lácteos con diversas marcas como *Nido, Ninho, Nespray, Klim, Bear Brand* e *Ideal* han desarrollado gamas especiales que contienen el valor energético, las proteínas y los micronutrientes apropiados para niños en edad de crecimiento, lo que los convierte en productos deseables para muchos consumidores. Pero, para ponerlos al alcance de los grupos con rentas bajas sin comprometer su calidad nutricional, Nestlé los presenta en formatos asequibles para la población de los países emergentes. Estos productos también están enriquecidos con hierro, zinc, vitamina A y otros micronutrientes en la medida en que son adecuados para la población a la que se dirigen y de acuerdo con las deficiencias más acusadas en cada lugar.

A finales de 2006, estas gamas de leche asequible se comercializaban en 10 mercados. Los últimos cálculos indican que, dentro de tres años, estos

**Lanzamiento de leches enriquecidas de Nestlé en 2009**



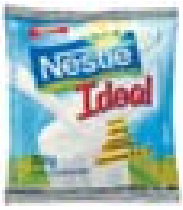
| | |
|---|---|
| *Nido* | Argentina, Bangladesh, Chile, Marruecos, Pakistán, Sudáfrica |
| *Nespray* | Singapur |
| *Klim* | Colombia |
| *Gloria* | Argelia |
| *Sunshine* | Islas del Pacífico |

1

**Apoyo al desarrollo económico**
Los Productos a Precio Popular brindan oportunidades laborales a la comunidad local como trabajadores en fábricas, agentes y distribuidores. Aquí, los controladores de calidad en una fábrica de Malasia degustan *Nespray Cergas,* un producto lácteo enriquecido.

2

**Una solución ideal**
Miles de distribuidores «Até Você» en Brasil suministran puerta a puerta la leche enriquecida *Ideal* de Nestlé, aumentando la penetración en el mercado y generando ingresos.




3

**Aún tenemos más**
Una comerciante malayo muestra orgulloso los PPP *Maggi* que vende en su tienda.

1, 2

3

productos enriquecidos llegarán a 11 millones de personas en 50 países de todo el mundo, y ya se han identificado nuevos mercados.

En México, un tercio de la población infantil padece anemia y la dieta de muchos menores de 5 años no les aporta el zinc suficiente. Sólo a través del sector de ingresos más bajos del mercado, la leche *Nido* podría llegar a más de 6 de los 14,3 millones de niños del país con edades entre 1 y 6 años. Prevemos que para 2010, más de 700.000 consumidores habrán comprado *Nido Rindes Diario,* enriquecida con hierro, zinc y vitamina A.

Asimismo, la anemia ferropénica está presente en muchas zonas de Brasil y es también un problema importante para la salud pública en Indonesia, donde afecta a 8 millones de niños (el 40%) menores de 5 años. En ambos países, desde 2005 está disponible la leche *Ideal* enriquecida con hierro y, desde entonces, ha llegado a 1,8 millones de consumidores en Brasil y a 400.000 en Indonesia.

Otros productos lácteos enriquecidos son *Nespray* (Malasia y Sri Lanka), *Klim* (Caribe), *Nido Esencial* (Centroamérica) y *Nido Essentia* (África Central y Occidental). Además, en Filipinas, desde 1978, *Bear Brand* se enriquece para combatir las carencias infantiles de hierro, calcio y vitamina A. La región del Magreb en el norte de África, que abarca Marruecos, Argelia, Túnez y Mauritania, donde se registran diversos grados de insuficiencia de hierro, vitamina A y yodo, podrá beneficiarse pronto de productos lácteos enriquecidos y asequibles.

**Descubra cómo combate Nestlé la insuficiencia de micronutrientes en los países en desarrollo ofreciendo su gama de productos lácteos enriquecidos *Nido* en formatos asequibles en www.nestle.com/csv/stories**

Capacitación

**30 millones**

**En microcréditos facilitados por Nestlé a agricultores y ganaderos, en CHF**

## Desarrollo rural y agricultura sostenible

La colaboración de Nestlé con agricultores e industrias rurales tiene un gran impacto en los ingresos, y por tanto, en el estado nutricional de muchas personas de las zonas rurales.

El compromiso de la empresa de trabajar directamente con agricultores y ganaderos en el desarrollo rural es central para la estrategia del negocio, para garantizar una oferta de materias primas agrícolas estable, segura y de alta calidad. Este es, especialmente, el caso de nuestros dos ingredientes principales, la leche y el café, pero también de otras importantes cosechas. Nuestros 771 agrónomos y 7.784 trabajadores de campo cuentan con 8 décadas de experiencia que les permiten proporcionar a 594.223 agricultores y ganaderos de todo el mundo asesoramiento y asistencia técnica gratuita, así como microcréditos por valor de 30 millones de CHF. Al adaptar nuestro enfoque de manera sistemática para adecuarnos a los países en desarrollo, contribuimos a reducir la pobreza y a mejorar la nutrición a gran escala y, por tanto, a generar un importante éxito en el negocio a largo plazo.

### Nuestra cadena de producción agrícola

Aproximadamente dos tercios de los materias primas agrícolas que compramos al año, como se indica más abajo, proceden de mercados emergentes. En 2008 esta cifra ascendía a 22.500 millones de CHF y representa un incremento de 1.600 millones respecto a 2007.

Con cadenas de aprovisionamiento cortas, basadas en el abastecimiento, elaboración y consumo locales, podemos garantizar materias primas de alta calidad, reducir los costes de distribución y elaborar productos a precios razonables que contribuyan a mejorar la nutrición. Casi todos los centros de producción de Nestlé están situados cerca de los proveedores agrícolas en las zonas rurales, casi la mitad de ellos en el mundo en vías de desarrollo. Estos centros son catalizadores del desarrollo rural: unos 2,4 millones de personas se ganan la vida con nuestra cadena de aprovisionamiento.

Para reforzar nuestros elevados estándares sociales y medioambientales, hemos lanzado un nuevo Código de Proveedores. Dicho código es aplicable a todos los suministradores y hasta la fecha lo han suscrito 120.000 de los 165.000 proveedores de Nestlé. El cumplimiento se controla mediante la autoevaluación del proveedor y auditorías a cargo de terceros.

**Consulte nuestro Código de Proveedores en www.nestle.com/suppliers**

### El modelo de distritos lecheros de Nestlé

Desde su fundación en 1866, como pequeña empresa que producía leche en polvo y cereales para niños, la leche ha sido el centro de la actividad de Nestlé y, como indicamos anteriormente, sigue siendo con mucho la materia prima agrícola más importante para nuestro negocio. Hoy, la leche constituye el 11% del negocio de alimentos y bebidas de Nestlé.

Para garantizar un suministro estable y de alta calidad, y ayudar a combatir la pobreza y mejorar la nutrición, Nestlé ha adaptado el sistema de distritos lecheros de Suiza, desarrollado en el siglo XIX, a las granjas lecheras de países en vías de desarrollo.

El modelo de distritos lecheros comprende:

- establecimiento de centros de recogida de leche por distritos dotados con sistemas de pago, métodos de control de calidad y seguridad,

equipo de pesado electrónico y tanques de enfriamiento;
- asesoría técnica y sobre la cría del ganado gratuita, así como formación para mejorar la calidad y la cantidad de la leche;
- mejora de los estándares de calidad y de la seguridad alimentaria;
- servicios veterinarios, desde tratamientos médicos hasta inseminación artificial;
- creación de redes de transporte e infraestructuras;
- pronto pago en efectivo a ganaderos;
- suministro de microcréditos, allá donde sean necesarios, a ganaderos por valor de unos 30 millones de CHF anuales en microcréditos.

El resultado ha sido una mejora radical de los ingresos de las pequeñas explotaciones lecheras de dichos distritos que, en 2007, produjeron 5 millones de toneladas de leche.

### Distritos lecheros en todo el mundo

La experiencia de Nestlé en configurar puntos de recogida, dar formación a ganaderos e introducir una tecnología mejor se ha aplicado en 29 países (Zona Europa: Alemania, España, Francia, Reino Unido, Suiza; Zona Américas: Brasil, Canadá, Chile, Colombia, Ecuador, Estados Unidos, Jamaica, México, Nicaragua, Panamá, Perú, Trinidad, Venezuela; Zona Asia, Oceanía y África: Australia, China, Egipto, India, Indonesia, Marruecos, Pakistán, Sudáfrica, Sri Lanka, Uzbekistán, Zimbabwe) hasta la fecha y, recientemente, en Erguna, en Mongolia interior (China). En todos los casos, Nestlé y la comunidad respectiva han prosperado a la par.

### Distritos lecheros en acción

India: Desde su apertura en 1959, las fábricas de procesamiento de leche de Nestlé en Moga, al norte de la India, han visto incrementado el número de proveedores desde los 4.600, que suministraban 2.000 toneladas de leche, hasta los 100.000 de 2.600 aldeas que producen más de 300.000 toneladas. Los campamentos de los Servicios Agrícolas de

1, 2

**Colaboración con los proveedores**
Al apoyar a los cultivadores de café en Costa Rica, Vietnam y otras regiones en crecimiento, contribuimos a garantizar el suministro de nuestro café de primera calidad *Nespresso* AAA.

3

**Asistencia y asesoramiento**
La agrónoma Mélanie Bayo imparte técnicas de producción sostenible de cacao y otras mejores prácticas agrícolas en una granja pedagógica en Costa de Marfil.

1, 2

3

**Apoyar una agricultura sostenible**

**32**

**Mercados cubiertos por programas SAIN (Iniciativa Nestlé para una Agricultura Sostenible)**

Nestlé fomentan la interacción entre productores y la puesta en común de la información técnica más reciente. El Día de los Ganaderos, que organiza Nestlé, incluye un campeonato de rendimiento lechero anual, y el programa Desarrollo de la Mujer en el Campo ha dado formación a 30.000 campesinas. La fábrica de Moga también ha puesto en marcha otros proyectos de ámbito comunitario, como la construcción de instalaciones de agua potable en 85 escuelas rurales, de las que se benefician más de 33.000 escolares, programas de plantación de árboles y financiación de una clínica para el tratamiento de la tuberculosis.

Hoy Moga tiene un nivel de vida considerablemente superior al de otras regiones vecinas y el incremento del poder adquisitivo de los ganaderos locales también ha ampliado notablemente el mercado para los productos Nestlé, además de respaldar nuestros logros económicos.

Indonesia: La primera fábrica de Nestlé, en Waru, Java oriental, recibió su primera entrega de las cooperativas lecheras en mayo de 1975. Hoy , Nestlé Indonesia recibe 480 toneladas de leche fresca al día (141 millones de toneladas anuales) procedente de 27 cooperativas.

Pakistán: Nestlé invierte más de 180 millones de dólares USA al año en la obtención de leche en Pakistán y 3 millones más en operaciones de abastecimiento lechero, apoyo agrícola y técnico y formación de ganaderos. A través de puntos de entrega de leche en 2.000 aldeas, más de 135.000 granjeros suministran cerca de medio millón de toneladas de leche anuales a las dos fábricas de Nestlé, entre ellas la mayor planta de producción de leche de Nestlé en Kabirwala. Asimismo, un acuerdo de colaboración con el Programa de Desarrollo de las Naciones Unidas ha dado formación a 4.000 ganaderas.

China: Cerca de 24.000 granjeros de Heilongjiang, al noreste de China, suministran leche fresca a 78 centros de recogida de leche, y Nestlé aporta cerca de 200 millones de dólares USA al año a la economía local a través del pago de la leche, impuestos, servicios y salarios.

Colombia: Nestlé es el tercer mayor comprador de leche de Colombia, en donde nuestros dos distritos lecheros producen 226.000 toneladas anuales. Pagamos cerca de 5 millones de dólares USA al mes a los 4.000 ganaderos que los integran, y otras 10.000 personas de la región trabajan en la cadena de aprovisionamiento de leche como lecheros, trabajadores del campo, transportistas y comerciantes.

**Más información sobre proyectos concretos en www.nestle.com/csv/stories**

## Programas para múltiples grupos de interés

Aunque estamos en contacto directo con casi 600.000 agricultores y ganaderos, reconocemos que no tenemos todas las respuestas. Por ello, intentamos incrementar nuestro impacto trabajando con otros grandes protagonistas del desarrollo rural, como se muestra más abajo.

Nestlé, junto con Danone y Unilever, fundó en 2002 la Plataforma Iniciativa para una Agricultura Sostenible (SAI). Sus 26 miembros tienen como meta fomentar las buenas prácticas agrícolas e implementar principios de sostenibilidad en la actividad agrícola de más de 30 países a través de 6 grupos de trabajo (cereales, café, productos lácteos, fruta, patatas y verduras, y agua y agricultura).

**Más información en www.saiplatform.org**

Asimismo, colaboramos en acuerdos entre el sector público y el privado, como el proyecto conjunto entre el Programa para el Desarrollo de las Naciones Unidas (UNDP) y Nestlé Pakistán, que da formación a 4.000 mujeres como asesoras agrícolas. Estos proyectos proporcionan asistencia técnica y asesoramiento sobre salud animal, cría y producción de forraje a ganaderas de las zonas rurales de Pakistán y les ayudan a aumentar la calidad y el valor de la leche que suministran, lo que a su vez estimula la economía local.

Esta estrecha colaboración con los productores ofrece también oportunidades para establecer diferenciaciones entre productos, como los ingredientes de calidad suprema que se requieren para el café *Nespresso* AAA y los ingredientes especializados, tales como el cacao ecuatoriano y el jengibre del helado *Mövenpick Classic.* Asimismo, puede añadir peso a las campañas de marketing con causa, como el apoyo de *Häagen-Dazs* a la investigación sobre el declive de la abeja mielera. Para más información, se recomienda consultar el *Informe de Gestión.*

Nestlé es, además, miembro fundador de la Asociación del Código Común para la Comunidad del Café (4C), que trabaja para lograr una mayor sostenibilidad en el sector del café.

## Reducción de toxinas en cereales y legumbres

Dada la importancia de nuestro negocio, hemos lanzado un proyecto trienal para reducir los niveles de contaminación por micotoxinas en los granos de cereal y en las legumbres (judías, guisantes, etc.) en Costa de Marfil, Ghana y Nigeria, donde cerca del 59%

de los cereales están contaminados. Se espera una mejora del 60%, que se logrará mediante una correcta recopilación de datos, estrategias de reducción de toxinas desarrolladas en colaboración con socios nacionales, mayor diálogo entre los grupos de interés a través de medios electrónicos y boletines, y cursos de formación en gestión y en el desarrollo de capacidades.

Los principales beneficiarios serán los 3.000 productores rurales que recibirán formación y un precio más alto por materias primas sin sustancias contaminantes. Las empresas de alimentación, minoristas y mayoristas, también serán más conscientes de las implicaciones para la salud de los productos contaminados por micotoxinas, mientras los 150 millones de personas de esos tres países que, según los cálculos, están actualmente expuestas a la aflatoxina (una micotoxina que se produce de forma natural) tendrán acceso a una dieta más saludable. El programa se implantará también en Zimbabwe, Kenia y otros países con problemas conocidos de micotoxinas. Nestlé logrará tener acceso a cereales y legumbres de mejor calidad, lo que es especialmente importante para el negocio, en rápido crecimiento, de cereales para el desayuno de la región, donde marcas como *Golden Morn* en Nigeria, *Cerelac* en Costa de Marfil, y *Cerevita* en Ghana tienen una fuerte demanda.

**Más información en la página www.nestle.com/csv/agriculture**

**Puede ver un video sobre el proyecto patrocinado por Nestlé para ayudar a mejorar la producción de leche en las zonas rurales de Pakistán en www.nestle.com/csv/stories**

**Puede ver cómo nuestro modelo de distrito lechero en la fábrica de Erguna, en la Mongolia interior (China), ha contribuido al desarrollo de los ganaderos en www.nestle.com/csv/stories**

1

**Una operación popular**
En Colombia, el pasto de tipo «brachiaria» garantiza un suministro fiable de leche de la mejor calidad que producen las vacas de nuestro distrito lechero de Caquetá.

2, 3

**Una relación directa**
Los propietarios locales de granjas lecheras llevan la leche a centros de recogida en Moga, India, y Erguna, en la Mongolia interior (China), donde se controla, se pesa y se almacena.

1, 2

3

## Creación de conocimiento en investigación nutricional y promoción de la salud

### La Fundación Nestlé para el Estudio de Problemas de Nutrición en el Mundo

La Fundación Nestlé para el Estudio de Problemas de Nutrición en el Mundo se creó en 1966 para conmemorar el centenario de Nestlé. La Fundación, con sede en Lausana (Suiza), es independiente de la empresa Nestlé desde el punto de vista financiero y operativo pero se ha dedicado a la Creación de Valor Compartido en investigación nutricional durante más de 40 años.

La focalización en el desarrollo de capacidades en el área de la nutrición y la medicina propicia cambios en el estilo de vida y el comportamiento y, a su vez, mejora la salud y el bienestar, incluso sin mayores ingresos. El principal objetivo de la fundación es iniciar y apoyar la investigación en temas de nutrición humana con gran relevancia para la salud pública de los países con rentas bajas.

Actualmente, la Fundación se centra en cuatro áreas principales de investigación:

- nutrición materna e infantil, incluyendo alimentación con leche materna y alimentación complementaria;
- carencias y desequilibrios de macronutrientes y micronutrientes;
- interacción entre infección y nutrición;
- educación nutricional y promoción de la salud.

También se contemplan otras áreas de investigación humana, en la medida en que aborden los problemas de malnutrición del mundo en vías de desarrollo.

Las actividades de la Fundación se desarrollan en más de 30 países con rentas bajas de Asia, África y Latinoamérica. En la actualidad, están en marcha proyectos de investigación en diversos lugares del mundo, de un extremo a otro del globo. A veces casi en sentido literal, por ejemplo en el caso de los proyectos relacionados con los micronutrientes. En este contexto, sólo un enfoque basado en la alimentación, combinado con mejoras médicas y de higiene, puede resolver los problemas nutricionales de un modo sostenible.

La Fundación prefiere un enfoque basado en resolver los problemas de malnutrición empleando alimentos producidos localmente: un proyecto en Uganda aborda la utilidad del amaranto en el estado nutricional de los escolares, mientras que otro, en Indonesia, está buscando el alimento local ideal para lograr una máxima ingesta de vitamina C y mejorar la biodisponibilidad del hierro. Otro estudio en China trata de identificar las necesidades de yodo durante el embarazo, un tema al que no se ha prestado atención hasta ahora.

### El poder del conocimiento: la iniciativa enLINK

La Creación de Valor Compartido empieza con la puesta en común del conocimiento, ya que es inconcebible el desarrollo de capacidades sin acceso a la información. Por consiguiente, la Fundación respalda cursos de postgrado en nutrición en Senegal y Benin.

En 2003, la Fundación lanzó la iniciativa enLINK para impulsar la transferencia de conocimientos a países con rentas bajas. La biblioteca digital enLINK, a través de Internet (www.enlink.org), ofrece a estudiosos de universidades de estos países acceso gratuito al texto completo de las revistas científicas y los libros de texto más recientes sobre nutrición y medicina . Como complemento «tridimensional» de la biblioteca digital, el baúl naranja con la biblioteca móvil enLINK es único en su especie en todo el mundo. El baúl enLINK contiene más de 30.000 páginas con información nutricional clave de las últimas ediciones de libros de texto, folletos y directrices sobre medicina y nutrición. Existen dos versiones, una grande y una pequeña, del baúl: ambas contienen conocimientos listos para ser utilizados. En muchos de los lugares donde se utilizan, la biblioteca digital y el baúl enLINK son con frecuencia la única fuente de información actualizada disponible y fiable sobre nutrición. A finales de 2008, el baúl estaba listo para ser utilizado en más de 10 países con rentas bajas. Sin duda alguna, la Creación de Valor Compartido comienza con la puesta en común del conocimiento.

**Más información sobre la Fundación Nestlé para el Estudio de Problemas de Nutrición en el Mundo en las páginas www.nestlefoundation.org y www.enlink.org**

«Cultivo maíz, cacahuete y soja, y sé que las buenas prácticas que me han enseñado me ayudarán a obtener un mayor rendimiento. Si puedo separar el maíz bueno del malo, podré consumirlo con mi familia; esto me garantiza una vida saludable y un buen precio en el mercado.»

Morou Mohammed,
Granjero de cerca de Tamale,
en el norte de Ghana

Se puede ver la entrevista completa en la página **www.nestle.com/csv/stories**

1–3

**La «crema» de la cosecha**
El maíz cultivado en Tamale, en el norte de Ghana, se emplea en la elaboración de cereales para el desayuno producidos localmente y consumidos por las familias de los agricultores. Éstos aprenden de agrónomos como Klutse Kudomor, que trabaja para Nestlé en África Central y Occidental (foto 3, el segundo por la izquierda), a mejorar la calidad de sus cosechas.

1, 2

3

# Horizonte y retos futuros

**Estrategia básica de Nestlé**
La estrategia en materia de Nutrición, Salud y Bienestar de Nestlé está ahora bien implantada y la progresiva expansión de su implementación se basa en nuestra convicción de que la concienciación nutricional y el deseo de una salud y bienestar mejores cada vez tendrán más peso en las decisiones del consumidor. Nuestro marco general de actuación siguen siendo los Principios Corporativos Empresariales de Nestlé, que continúan evolucionando y adaptándose a un mundo cambiante, así como nuestro Código de Conducta Empresarial.

**Aumento constante de soluciones científicas**
Nestlé, al contar con la mayor capacidad investigadora del mundo en alimentación y nutrición, que se ha expandido a países como China, y al tener un sólido vínculo entre investigación y soluciones para los productos, seguirá creando nuevos valores nutricionales y beneficios para la salud a través de su gama de productos. A esto contribuye nuestra estructura de investigación abierta y nuestras relaciones con cerca de 300 instituciones científicas de todo el mundo. La metodología 60/40+, que se ha descrito anteriormente en este informe, es una herramienta importante para lograrlo y su aplicación seguirá ampliándose.

**Promover el interés del consumidor: Nutrición, Salud y Bienestar**
También prevemos que Nestlé amplíe su oferta de servicio a los consumidores, para proporcionar información y asesoramiento de forma innovadora, que ayude a los consumidores a tener una dieta más nutritiva y que genere niveles más altos de salud y bienestar. Aspiramos no sólo a satisfacer la creciente demanda de los consumidores que buscan dietas de calidad, sino también, cuando sea posible, a contribuir a que los intereses de los consumidores se encaminen hacia la Nutrición, la Salud y el Bienestar.

**Estrategia de la base de la pirámide**
Nestlé ha emprendido también su estrategia dirigida a la base de la pirámide de ingresos, mediante los Productos a Precio Popular, los cuales continuaremos ampliando para ofrecer una variedad de productos cada vez más amplia y de mayor valor nutricional a precios más bajos que otros productos similares del mercado. Esta estrategia no ha hecho más que empezar a abrirse camino en este gran mercado: crear valor para los accionistas mediante la creación de valor nutricional para las poblaciones con rentas bajas aún tiene mucho potencial sin explotar.

**Preocupaciones respecto al futuro: la seguridad del agua y los alimentos**
Durante los últimos 140 años, Nestlé no sólo ha sobrevivido a conflictos locales y mundiales, depresiones económicas muy graves y catástrofes medioambientales, sino que ha logrado también adaptarse con éxito a un contexto exterior en constante cambio. Al hacerlo, se ha convertido en la primera empresa de Nutrición, Salud y Bienestar del mundo. Del mismo modo, Nestlé debe satisfacer los retos globales que afectarán a los alimentos y a la nutrición.

Se han producido mejoras drásticas en la reducción de la malnutrición en los últimos 40 años, debido sobre todo a la revolución verde y al desarrollo económico, que reducen la pobreza y aumentan la capacidad de adquirir alimentos.

Sin embargo, a Nestlé como empresa le preocupa que últimamente hemos asistido a un periodo de aumento de los precios de las materias primas. Asimismo, estamos seriamente preocupados por la posibilidad de que esta «crisis de alimentos» pase a ser una crisis global de agua y alimentos en los próximos años y décadas. Si esto llegara a ocurrir, tendría graves consecuencias tanto para la sociedad, especialmente en el mundo en vías de desarrollo, como para nuestro negocio.

Nos enfrentamos a una seria amenaza de escasez de agua, patente en diversas partes del mundo y que, si no se gestiona con éxito, dará lugar a una escasez crónica de alimentos y a una inseguridad nutricional drástica. Esta es la consecuencia del cambio climático, la mala gestión del agua y el aumento de la demanda de alimentos derivado del incremento de la población y el desarrollo económico.

La seguridad de los alimentos y la nutrición son temas clave para Nestlé y exigirán la colaboración de todas las partes interesadas.

Aunque en Nestlé contemplamos el futuro con optimismo, también tratamos de trabajar con nuestros principales grupos de interés para llevar a cabo cambios de política y actuación con objeto de impedir que se produzcan dichas crisis. Estamos dispuestos a trabajar con aquellos que compartan nuestras preocupaciones.

# Garantía independiente de veracidad: declaración sobre conclusiones preliminares

**Introducción**
Se han solicitado los servicios de Bureau Veritas UK para aportar a los interlocutores de Nestlé S.A. (en adelante, «Nestlé») garantías externas acerca de la veracidad de su *Informe sobre Creación de Valor Compartido 2008: Necesidades nutricionales y dietas de calidad* (en adelante, «Informe sobre Nutrición»). Nestlé es el único responsable de la elaboración del Informe sobre Nutrición. Nuestro objetivo es proporcionar garantías razonables a los interlocutores sobre la precisión y fiabilidad de la información contenida en el Informe sobre Nutrición.

**Ámbito y metodología**
*El ámbito de las garantías incluye:*
1. una revisión de las actividades emprendidas por Nestlé en el periodo comprendido entre enero y diciembre de 2008;
2. una revisión limitada de la información procedente de colaboradores externos sobre la evaluación de asuntos concretos y de las reuniones con interlocutores;
3. una revisión de la información relacionada con temas que afectan a Nestlé, desde respuestas a datos de rendimiento, estudios de casos y sistemas subyacentes de gestión de dichos datos e información;
4. una evaluación piloto en un mercado de Nestlé de la puesta en práctica de políticas y procesos relativos a la Creación de Valor Compartido (CSV).

*Dentro del ámbito anteriormente descrito, Bureau Veritas llevó a cabo:*
- entrevistas con personal directivo clave en la sede central de Nestlé;
- revisiones de los procesos de identificación y cotejo de datos pertinentes, de los contenidos del Informe y de las cifras de las operaciones del Grupo en todo el mundo;
- comprobación de las cifras y de la información objetiva incluidas en el Informe sobre Nutrición;
- una visita a Nestlé Sudáfrica para analizar la comprensión y la puesta en práctica de programas y procesos relacionados con la nutrición.

**Conclusiones preliminares**
*Basándonos en nuestros exámenes, opinamos que el Informe sobre Nutrición:*
- contiene información fiable, inteligible y claramente expuesta;
- describe con bastante precisión las actividades y actuaciones relacionadas con el tema durante el periodo que abarca el Informe;
- pone de manifiesto información esencial, ya que se percibe que los temas sobre los que se informa son de máxima relevancia en materia de dietas;
- pone de relieve una mejora respecto a informes anteriores al incluir en el texto los problemas y retos a los que se enfrenta Nestlé. Se proporciona información adicional que permite a los lectores comprender mejor la respuesta de Nestlé a estos temas;
- incluye a la comunidad científica y del área de salud pública entre la audiencia considerada principal destinataria del Informe sobre Nutrición, y para quien la respuesta de Nestlé es clara y exhaustiva.

**Evaluación piloto de la puesta en práctica de políticas en mercados de Nestlé**
Una evaluación piloto de la puesta en práctica de políticas en mercados de Nestlé indica que se comprende perfectamente la posición de Nestlé como empresa de Nutrición, Salud y Bienestar y que, de acuerdo con el asesoramiento proporcionado por la sede central, se están poniendo en práctica en el mercado programas y políticas clave tratados en este Informe, como son 60/40+, Nestlé Nutrition Foundation (NF) y Productos a Precio Popular.

Las conclusiones sobre la declaración de garantía de veracidad se exponen de forma íntegra en la página www.nestle.com/csv.

Las principales áreas de mejora se exponen en el texto íntegro de la declaración de garantía de veracidad, disponible en la página www.nestle.com/csv.

**Consideraciones y limitaciones**
*Queda fuera del ámbito de nuestra tarea la información relativa a:*
- actividades realizadas fuera del periodo que cubre el Informe;
- declaraciones de compromiso o intención de emprender determinadas acciones en el futuro;
- declaraciones que expresen opiniones, creencias o aspiraciones.

La garantía de veracidad aportada por nosotros no es aplicable a la información contenida en los links contenidos en el Informe sobre Nutrición.

Nuestra revisión se llevó a cabo para ofrecer garantías razonables, que no absolutas, y consideramos que el ámbito anteriormente descrito aporta una base razonable a nuestras conclusiones.

Esta declaración independiente sobre conclusiones preliminares no constituye un medio fiable para detectar todos los errores, omisiones o falsas afirmaciones.

En el texto íntegro de la declaración, que se puede consultar en la página www.nestle.com/csv, se exponen detalladamente las consideraciones y limitaciones.

Nuestra declaración de integridad, imparcialidad y competencia se puede consultar en el texto íntegro de la declaración de garantía de veracidad, disponible en la página www.nestle.com/csv.

*Bureau Veritas UK Ltd.,*
*Londres, febrero de 2009*

**Declaración de integridad, imparcialidad y competencia**
Bureau Veritas es una empresa independiente de servicios profesionales especializada en el asesoramiento y cumplimiento en la gestión de calidad, salud, seguridad, medio ambiente y ámbito social con casi 180 años de experiencia en la provisión de servicios de garantía de veracidad independientes y un volumen de ventas anual en 2007 de 2.100 millones de EUR.

Bureau Veritas ha implementado un código de ética en sus operaciones de negocio que pretende asegurar el alto estándar de todo nuestro personal en la realización de sus actividades diarias. Somos especialmente cautelosos en la prevención de conflictos de intereses. Consideramos que nuestros servicios de provisión de garantías no dan lugar a ningún conflicto de intereses.

Competencia: el equipo de provisión de garantías que ha trabajado en el caso de Nestlé S.A. posee unos extensos conocimientos de la verificación de información, sistemas y procesos de gestión ética, social, de salud, seguridad y medio ambiente. A estos conocimientos se unen sus más de 20 años de experiencia en esta área y su profundo dominio de las buenas prácticas en la presentación y certificación de informes sobre responsabilidad corporativa.

© 2009, Nestlé S.A., Public Affairs, Vevey (Suiza)

Nestlé S.A.
Avenue Nestlé 55
1800 Vevey
Suiza

creatingsharedvalue@nestle.com
www.nestle.com/csv

**Redacción y edición**
Nestlé S.A., Public Affairs, con Flag Communication Ltd.

**Concepto y diseño**
Nestec Ltd., SGDU, Corporate Identity & Design,
con messi & schmidt

**Ilustraciones**
richigrafik

**Fotografía**
Nana Kofi Acquah, Nicole Bachmann, Patrick Brown/Panos Pictures, Markus Bühler-Rasom, Warren Clarke/Panos Pictures, Stephane Danna/Agence France Presse, Tim Dirven/Panos Pictures, Douglas Engle/Panos Pictures, Sam Faulkner/NB Pictures, Jonathan Fong, David Gagnebin, Peter Garmusch, Tobias Gerber/laif, Peter Ginter, Nicolas Goldberg/Panos Pictures, Josh Haner/laif, Harmen Hoogland/Nestec, Kemal Jufri/Panos Pictures, Geert van Kesteren/Magnum Photos, George Osodi/Panos Pictures, Marc Latzel, Marta Nascimento/laif, Philippe Prêtre/APG Image, Marta Ramoneda/laif, Sergio Santorio, Qilai Shen/Panos Pictures, Jacob Silberberg/Panos Pictures

**Impresión**
Entreprise d'arts graphiques Jean Genoud SA (Suiza)

**Papel**
Este informe se ha imprimido en papel Consort Royal, procedente de bosques bien gestionados y otras fuentes controladas, y certificado por el Forest Stewardship Council (FSC)

Fuentes Mixtas
Grupo de producto de bosques bien gestionados y otras fuentes controladas
www.fsc.org Cert no. SQS-COC-100125
© 1996 Forest Stewardship Council