

Informe
abreviado de
Nestlé sobre
Creación de Valor
Compartido 2009



Nestlé

Good Food, Good Life



Resumen de rendimiento 2009

Nestlé ha diseñado indicadores de rendimiento con el fin de adoptar un enfoque para medir e informar sobre la Creación de Valor Compartido, la sostenibilidad y el cumplimiento. El resumen que aparece a continuación forma parte de nuestra comunicación de los avances realizados en el cumplimiento de los Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

Salvo que se indique lo contrario, los indicadores de rendimiento son para el año finalizado a 31 de diciembre de 2009.

➔ Consulte www.nestle.com/csv/kpis

Indicadores Clave de Rendimiento de Creación de Valor Compartido de Nestlé	GRI	2008	2009
Económico			
Total ventas del Grupo (millones de CHF)	•	109.908	107.618
Beneficio neto (millones de CHF)	•	18.039	10.428
Nutrición			
Nestlé Nutrition (volumen de ventas, millones de CHF)		10.375	9.963
Productos que satisfacen o superan los criterios del perfil de Nutritional Foundation (% del total de ventas) ^(a)		67	71
Productos renovados por cuestiones de nutrición o salud ^(b)		6.254	7.252
Productos con aumento de ingredientes nutritivos o nutrientes esenciales ^(b)		3.068	3.878
Productos con reducción de sodio, azúcares, ácidos grasos trans, grasas totales o colorantes artificiales ^(b)		3.186	3.374
Productos analizados y mejorados o confirmados a través del programa 60/40+ (volumen de ventas, miles de millones de CHF)		13,6	16,8
Productos que contienen Beneficios Activos de Marca (volumen de ventas, millones de CHF)		5.072	5.045
Productos con etiquetado <i>Nestlé Nutritional Compass</i> (% de ventas en todo el mundo) ^(c)	•	98	98
Productos en la Unión Europea con etiquetado de Cantidad Diaria Orientativa (CDO) en el frontal del envase (% de las ventas) ^(d)	•	88	91
Publicidad de Nestlé en televisión dirigida a niños menores de seis años que cumple con los políticos de comercialización responsable (%)	•	n/a	99,9
Infracciones de Nestlé en la comercialización de preparados para lactantes que requieren corrección ^(e)	•		6
Empleados dedicados a la comercialización de preparados para lactantes en países en desarrollo que han recibido formación en el Código de la OMS (% de la plantilla)		n/a	100
N.º de referencias (SKU) de Productos de Posicionamiento Popular			3.950
Productos de Posicionamiento Popular (volumen total de ventas, millones de CHF)		8.300	8.770
Agua y sostenibilidad medioambiental			
Materiales			
Total de materias primas utilizadas (millones de toneladas)	•	21,43	21,18
Residuos y subproductos (kg por tonelada de producto)	•	36,9	41,5
Subproductos para reutilización o recuperación (% del total de los materiales utilizados)	•	5,2	6,4
Residuos para eliminación final (% del total de los materiales utilizados)	•	1,9	1,7
Energía			
Consumo directo de energía (en Petajulios)	•	86,9	85,2
Consumo directo de energía (Gigajulios por tonelada de producto)	•	2,12	2,07
Consumo indirecto de energía (en Petajulios)	•	65,3	65,1
% de energía de las fábricas generada a partir de fuentes renovables (% del total)	•	12,6	12,2
Gases con efecto invernadero (GEI)			
Emisiones directas de GEI (millones de toneladas de CO ₂ -eq)	•	4,1	3,98
Emisiones directas de GEI (kg CO ₂ -eq por tonelada de producto)	•	100,0	96,6
Emisiones indirectas de GEI (millones de toneladas de CO ₂)	•	3,00	3,00
Emisiones indirectas de GEI (kg CO ₂ por tonelada de producto)	•	73,1	72,8

	GRI	2008	2009
Agua			
Volumen total de agua empleada (millones de m³)	●	147	143
Agua empleada (m³ por tonelada de producto)	●	3,59	3,47
Volumen total de agua vertida (millones de m³)	●	96,1	91,3
Calidad del agua vertida (media mg O2/l)	●	95	91
Gestión de la seguridad, salud y medio ambiente			
Plantas con certificación ISO 14001/OHSAS 18001 (n.º de certificados)		455	807
Envasado			
Total material de envasado (millones de toneladas)	●	4,00	4,17
Reducción de peso del envasado (toneladas)		n/a	58.995
Reducción de peso del envasado (por litro de producto) – Nestlé Waters, en un periodo de 5 años (%)		20,0	21,8
Desarrollo rural			
Agricultores formados mediante programas de desarrollo de capacidades		158.837	165.553
Mercados cubiertos por programas SAIN		32	35
Mercados de abastecimiento directo cubiertos por programas SAIN (%)		71	77
Proyectos SAIN relacionados con el agua		3	10
Proveedores			
Proveedores auditados en seguridad alimentaria, calidad y procesos		3.417	3.864
Proveedores que han recibido el Código de Proveedores de Nestlé		165.000	165.497
Proveedores que han suscrito el Código de Proveedores de Nestlé		120.000	165.497
Nuestro personal			
Total plantilla (n.º de empleados)		282.887	278.165
Puestos clave de negocio	●	970	1.319
Empleados con potencial para desempeñar puestos clave de negocio		3.919	3.922
Carencias CARE identificadas en relación con Integridad Empresarial y RR. HH.		n/a	500
de los cuales: leves		n/a	425
graves		n/a	75
muy graves		n/a	0
Accidentes laborales con baja entre empleados y contratistas (por millón de horas trabajadas)		2,8	2,0
Tasa total de siniestralidad laboral entre empleados y contratistas (por millón de horas trabajadas)	●	6,1	5,1
Muertes de empleados y contratistas	●	13	4
Empleados que reciben formación en aula en países en desarrollo	●	83.928	93.146
Puestos de liderazgo ocupados por mujeres (%)	●	25	27
Miembros del Comité de Gestión Local nativos del país en países en desarrollo (%)	●	42	42

- KPI (Indicador clave de rendimiento) corresponde de forma íntegra a un indicador GRI G3 (Global Reporting Initiative).
- KPI corresponde parcialmente a un indicador GRI G3.
- (a) Ámbito de evaluación en 2009: 66% del volumen total de ventas de alimentos y bebidas.
- (b) Basado en informes de, aproximadamente, el 75% de los equipos de desarrollo de productos a nivel mundial.
- (c) Excluye productos para mascotas y Dreyer's.
- (d) Excluye café puro, té y agua, productos para Nestlé Professional, alta confitería, productos para mascotas y Nestlé Nutrition.
- (e) Basado en auditorías internas y externas.

Éste es un informe abreviado.
Para más información, consulte
nuestro Informe completo sobre
Creación de Valor Compartido
en www.nestle.com/csv

Índice

- | | |
|----|---|
| 1 | Mensaje de nuestro Presidente y de nuestro Consejero Delegado |
| 2 | Sobre nuestra publicación |
| 3 | Visión global sobre Creación de Valor Compartido |
| 4 | Temas clave y áreas de compromiso |
| 6 | Nutrición |
| 10 | Agua y sostenibilidad medioambiental |
| 16 | Desarrollo rural |
| 20 | Nuestro personal |
| 24 | Apoyo a los principios y metas globales |

Portada: mediante el Plan del Cacao, agricultores como Nadège Akissi Kouakou (izquierda), de Gagnoa, en Côte d'Ivoire, reciben plántulas de cacao de alto rendimiento y apoyo técnico del agrónomo Kam-Rigne Laossi.

Opuesto, izquierda: El Presidente de Nestlé, Peter Brabeck-Letmathe, participa junto a los alumnos de sexto curso de la escuela de primaria Soorak en Seúl (República de Corea) en una clase sobre nutrición que forma parte del programa Healthy Kids.

Opuesto, derecha: El Consejero Delegado de Nestlé, Paul Bulcke, se acerca a un puesto de *Maggi* durante una visita a un mercado de Ghana.

☺ Las cifras que aparecen marcadas con este símbolo a lo largo del informe son Indicadores Clave de Rendimiento (KPI) y se resumen en la tabla de la parte interior de la portada.

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

Mensaje de nuestro Presidente y de nuestro Consejero Delegado



En los últimos dos años, nuestra empresa ha trabajado junto con otros grupos de interés para definir mejor el modo en que la empresa puede servir a las necesidades de la sociedad y, en concreto, el papel de Nestlé en el desarrollo mundial. En abril de 2009 patrocinamos nuestro primer Foro de Creación de Valor Compartido (CVC), en colaboración con la ONU, en Nueva York. En él participaron interlocutores de organizaciones intergubernamentales, humanitarias y religiosas, miembros del mundo académico y el recién formado Consejo Asesor de expertos mundiales de CVC. Como resultado de ello, nuestro pensamiento ha evolucionado desde el concepto de *Responsabilidad Social Corporativa (RSC)* hasta el de *Creación de Valor Compartido (CVC)*.

CVC significa que para que una empresa tenga éxito a largo plazo, debe tener en cuenta al mismo tiempo las necesidades de sus dos grupos de interés principales: la gente de los países en los que operamos y nuestros accionistas.

Todo negocio que tenga vocación de futuro y aplique unas prácticas comerciales sólidas crea valor para la sociedad y para los accionistas a través de sus actividades; así, da empleo a los trabajadores, paga impuestos para contribuir a financiar los servicios públicos y apoya la actividad económica en general.

Pero la Creación de Valor Compartido va más allá. Una empresa identifica a conciencia sus áreas clave, en las que: a) confluyen claramente los

intereses de los accionistas y de la sociedad; y b) se puede optimizar la creación de valor para ambos colectivos. En consecuencia, la empresa invierte recursos, tanto de talento como de capital, en las áreas que presentan el máximo potencial de crear valor conjuntamente, y busca actuar en colaboración con los grupos de interés correspondientes.

En Nestlé, hemos analizado nuestra cadena de valor y hemos determinado que las áreas con más potencial para optimizar el valor conjunto con la sociedad son el agua, el desarrollo rural y la nutrición. Estas actividades son esenciales para nuestra estrategia de negocio y nuestras operaciones, y tenemos programas de colaboración con más de 100 organizaciones de todo el mundo en esas 3 áreas:

- **Agua:** porque el mantenimiento de su calidad y disponibilidad es esencial para la vida, la producción de alimentos y para nuestras operaciones.
- **Desarrollo rural:** porque el bienestar general de los agricultores y ganaderos, comunidades rurales, trabajadores, pequeños empresarios y proveedores es esencial para poder

seguir desempeñando nuestra actividad comercial en el futuro.

- **Nutrición:** porque los alimentos y la nutrición son básicos para la salud y constituyen el núcleo de nuestro negocio y nuestra razón de ser.

Estas tres áreas son clave para respaldar el objetivo global de nuestro negocio, que no es otro que el de «llegar a ser el líder reconocido en Nutrición, Salud y Bienestar en el que confían todos los grupos de interés».

La Creación de Valor Compartido está al alcance de cualquier empresa. Si bien en Nestlé hemos adoptado en nuestros negocios un enfoque de CVC, no reclamamos el derecho a la exclusividad. La CVC es un modo de pensar que está al alcance de cualquier empresa que lo quiera utilizar.

Reconocemos que aún nos queda mucho por mejorar y este informe sirve para documentar nuestro progreso en la aplicación de este principio en toda la empresa. También valoramos sus comentarios acerca de este informe, ya que son fundamentales para nuestro propio proceso de aprendizaje.

Peter Brabeck-Letmathe
Presidente de Nestlé S.A.

Paul Bulcke
Consejero Delegado de Nestlé S.A.

Sobre nuestra publicación

Perfil de la Empresa

Nestlé es la empresa líder mundial de Nutrición, Salud y Bienestar. Se fundó en 1866 y tiene su sede central en Vevey (Suiza).

- 107.618 mil millones de CHF total ventas del Grupo
- 10.428 mil millones de CHF beneficio neto
- 278.165 empleados en todo el mundo
- 3,4 millones de personas de países en desarrollo en la cadena de suministro de Nestlé
- 449 fábricas
- +100 países en los que opera la Empresa
- 28 centros de investigación y desarrollo

Publicaciones anteriores

Nuestro objetivo es informar sobre el impacto de Nestlé a largo plazo en la sociedad y su relación con la creación de un negocio exitoso de forma sostenible. Comenzamos en 1995 con nuestro *Informe de Nestlé y el Medio Ambiente*, y desde entonces hemos publicado periódicamente informes sobre cuestiones medioambientales (véase www.nestle.com/csv/downloads).

En 2001, empezamos a informar sobre asuntos relacionados con el desarrollo social y económico, incluido el desarrollo rural, el desarrollo profesional de los agricultores y ganaderos, de los empleados y el desarrollo económico y social de Latinoamérica y África.

En 2007, publicamos nuestro primer informe completo sobre *Creación de Valor Compartido*, y nos comprometimos a editar un informe similar cada dos años, con una actualización constante de la información, a medida que los datos fueran estando disponibles. En años alternos, hemos informado con más profundidad sobre una de nuestras tres áreas principales: nutrición, agua y desarrollo rural. Estos análisis en profundidad comprenden el *Informe de Nestlé sobre gestión del agua* de 2006 y *Necesidades nutricionales y dietas de calidad* de 2008.

Hemos seguido desarrollando la Creación de Valor Compartido y el modo en que informamos de nuestros avances. Nuestro último informe completo, que se encuentra disponible en www.nestle.com/csv, está basado en evidencias, centrándose en los avances realizados respecto a los indicadores clave de rendimiento y las medidas que hemos tomado para hacer frente a retos tales como, por ejemplo, la desnutrición y la obesidad.

Nuestra información ampliada

Este informe abreviado, y los estudios de casos, contenidos de audio, vídeos y descargas que aparecen junto a nuestro informe completo online, se adjuntan a nuestro *Informe Anual* 2009, que describe nuestro rendimiento empresa-

rial y financiero. Juntos, forman parte integrante de nuestra información general sobre Creación de Valor Compartido. En junio de 2009, también lanzamos el sitio web www.creatingsharedvalue.org, un nuevo recurso para la comunidad.

Comunicación futura

Nuestro objetivo es alinear nuestra comunicación externa con las directrices sobre buenas prácticas. Tenemos previsto seguir alineando la comunicación futura de Nestlé con las directrices de la Global Reporting Initiative (GRI) G3 y con el suplemento de la GRI para el sector alimentario, que se publicará en 2010, y en cuyo desarrollo estamos participando.

Límite y alcance

La información que se recoge en nuestro último informe online y en este resumen cubre, salvo que se indique lo contrario, las operaciones globales de Nestlé respecto al ejercicio que finaliza el 31 de diciembre de 2009, y se ha sometido a verificación externa independiente. Los datos facilitados se refieren a empresas totalmente controladas por Nestlé y a sus filiales, y se excluyen las empresas conjuntas (joint ventures) y los proveedores, salvo que se indique lo contrario. Los datos medioambientales se refieren sólo a las fábricas, y las cifras sobre salud y seguridad a todos los 278.165 empleados de Nestlé, así como a, aproximadamente, 25.000 contratistas.

Visión global sobre Creación de Valor Compartido

Lo más destacado de 2009

7.252 productos renovados por cuestionamientos de nutrición o salud

71% productos que satisfacen o superan los criterios del perfil de Nutritional Foundation (en % del total de ventas)

59% de reducción de agua empleada por tonelada de producto desde el año 2000

48% de reducción de emisiones de gases con efecto invernadero por tonelada de producto desde el año 2000

12,2% de energía empleada en las fábricas generada a partir de fuentes renovables

165.553 agricultores, ganaderos y proveedores formados mediante programas de desarrollo de capacidades

27% de puestos de liderazgo ocupados por mujeres

Como pilar de las actividades a largo plazo responsables y del éxito del negocio, Nestlé considera necesario gestionar sus operaciones de modo que cumplan con las normas más exigentes de la práctica empresarial y de la sostenibilidad medioambiental. Esto supone cumplir con la legislación nacional y con las convenciones pertinentes, así como con nuestros propios requisitos, que a menudo van más allá de las obligaciones legales. Estos requisitos se encuentran en nuestros *Principios Corporativos Empresariales de Nestlé* y su aplicación se verifica a través del programa CARE y de nuestros auditores internos.

Además, nuestro modo de hacer negocios se basa en la *sostenibilidad*: garantizar que nuestras actividades conserven el medio ambiente para futuras generaciones. En línea con la definición de la Comisión Brundtland, para Nestlé el desarrollo sostenible significa «desarrollo que satisface las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer las suyas».

Sin embargo, creemos que para construir un negocio rentable para nuestros accionistas debemos ir más allá del cumplimiento y la sostenibilidad hasta alcanzar un tercer nivel: la creación de valor a largo plazo, tanto para la sociedad como para nuestros accionistas. Para nosotros *Creación de Valor Compartido* significa lo siguiente:

- emplear nuestras estrategias y operaciones empresariales para crear valor para los accionistas;
- servir a los consumidores y al público al ofrecerles productos nutritivos que satisfagan sus



En Huehuetenango (Guatemala), Mario López Rodríguez, de Rainforest Alliance (izquierda), valora la calidad de la cosecha de café junto con Benjamin Baretzki y Juan Diego Román, de Nespresso.

paladares y contribuyan a su salud y bienestar;

- intentar mejorar las condiciones económicas y sociales de las personas y las comunidades que participan a lo largo de toda nuestra cadena de valor: de los agricultores y ganaderos que nos suministran ingredientes básicos, de las comunidades en las que se encuentran situadas nuestras fábricas, de los proveedores que trabajan con nosotros y de todos nuestros socios comerciales.

Creación de Valor Compartido y la cadena de valor

El Centro de Negocios Internacionales de la Escuela de Negocios de la Universidad de Leeds ha desarrollado un marco conceptual para medir el impacto neto global de una empresa sobre sus diferentes grupos de interés. Este modelo de la cadena de valor ya se ha utilizado para evaluar el impacto total de algunas de nuestras actividades empresariales, tales como la plataforma *Nespresso Ecolaboration* para la innovación sostenible y las actividades del distrito lechero de Pakistán. Más información en www.nestle.com/csv/casestudies.



Temas clave y áreas de compromiso

Nestlé se ha comprometido a dar a conocer abiertamente su rendimiento y a reflejar aquellas áreas que tienen un impacto significativo, ya sea actual o potencial, sobre la empresa. Esto incluye áreas que constituyen un tema de preocupación importante para los grupos de interés y sobre las que tenemos un grado de control razonable.

Hemos identificado la nutrición, el agua y el desarrollo rural como los temas clave que preocupan globalmente a la sociedad y son relevantes para nuestro negocio. Asimismo, son centrales para impulsar ventajas competitivas y el crecimiento del valor para los accionistas, y para satisfacer las necesidades de la sociedad.

Para dar prioridad a las cuestiones que se consideran más críticas para la Empresa y los grupos de interés, en 2008 trabajamos en colaboración con SustainAbility, una consultora independiente sobre responsabilidad corporativa y desarrollo sostenible. En 2009, tras recabar las opiniones de los inversores, grupos de la sociedad civil, medios y los directivos de Nestlé, volvimos a pedir a SustainAbility que revisara estas prioridades.

Aunque la lista de temas clave no ha variado, ha aumentado el interés externo por todos ellos; para la comunidad de inversores en concreto, cada vez cobran más interés la Nutrición, Salud y Bienestar, así como el marketing y la comunicación. También ha quedado patente que, junto con el agua, el cambio climático es una de las principales prioridades,

que aparece en todos y cada uno de los eslabones de la cadena de valor. Hay más información sobre la metodología que utiliza SustainAbility en nuestro informe completo disponible en www.nestle.com/csv/materialissues.

En nuestro informe se ha dado prioridad, por tanto, a las siguientes áreas:

- utilización de la ciencia y la tecnología para crear productos superiores desde el punto de vista nutricional, y comunicación responsable a los consumidores sobre nutrición, salud y bienestar (véase páginas 6-9);
- gestión de nuestras operaciones con respecto al medio ambiente, prestando especial atención a la disponibilidad y accesibilidad del agua y al impacto del cambio climático (véase páginas 10-15);
- nuestra visión sobre el desarrollo de los recursos agrícolas y los proveedores (véase páginas 16-19);
- modo de actuar como empleador responsable (véase páginas 20-23).

Como parte de nuestro compromiso para elaborar un informe cada vez más basado en evidencias, trabajamos con SustainAbility para desarrollar un número escogido de Indicadores Clave de Rendimiento (KPI, Key Performance Indicators) estratégicos. Estos aparecen resumidos en la solapa interior

de la portada, señalados a lo largo de todo el informe con © y tratados con mayor profundidad en www.nestle.com/csv/kpis.

El compromiso de los interlocutores

En abril de 2009, Nestlé celebró su primer Foro Global sobre Creación de Valor Compartido en la ciudad de Nueva York, junto con la Oficina de Asociaciones de Colaboración de Naciones Unidas y la Misión suiza ante las Naciones Unidas. Destacados expertos debatieron cambios de política a nivel nacional y global, oportunidades de progreso y el papel de las empresas. Retransmitido en directo, el Foro sirvió como plataforma de compromiso para las compañías del Grupo Nestlé de todo el mundo, y varias de sus filiales lo reprodujeron a nivel nacional. Una emisión del Foro está disponible en www.creatingsharedvalue.org.

A fin de asesorar a la Empresa sobre el modo en que puede aprovecharse el negocio para tener un impacto positivo en la sociedad, el recién creado

Michael Porter, de Harvard Business School, uno de los expertos del nuevo Consejo Asesor de Creación de Valor Compartido de Nestlé, interviene en el Foro Global sobre Creación de Valor Compartido de Nueva York.



Consejo Asesor de Creación de Valor Compartido se reunió en abril y diciembre de 2009. El Consejo, compuesto por expertos de reconocido prestigio internacional, fue nombrado para actuar como asesor directo del Presidente y del Consejero Delegado de Nestlé. El Consejo se reúne dos veces al año para seguir desarrollando el concepto de Creación de Valor Compartido (CVC), analizar la cadena de valor de Nestlé y sugerir posibles actuaciones, ayudar a dirigir el Foro Anual de CVC y designar al ganador del nuevo Premio Nestlé de Creación de Valor Compartido. La relación de los miembros del Consejo Asesor de Creación de Valor Compartido puede consultarse en www.nestle.com/csv/advisoryboard.

Durante 2009, invitamos a interlocutores externos para que nos transmitieran su opinión sobre nuestra estrategia de Creación de Valor Compartido (CVC), en asambleas celebradas en Ginebra, Washington y Kuala Lumpur, organizadas por Account Ability, y a las que asistieron más de 50 expertos en numerosas áreas de impacto social y medioambiental. A lo largo de las sesiones surgieron una serie de temas clave, incluidos la promoción de estilos de vida saludables, los derechos humanos, la producción sostenible en la cadena de suministro, el cambio climático y la gestión del agua, así como el apoyo a las comunidades y al desarrollo rural. También se puso de relieve la importancia del cumplimiento y del compromiso con las autoridades locales y la certeza de los datos clave a lo largo de la cadena de valor. Más información en www.nestle.com/csv/engagement.

Nestlé también trabaja para compartir opiniones, identificar buenas prácticas y obtener un mayor impacto a través de colaboraciones, foros sobre políticas, eventos sobre liderazgo y marcos aplicables a todo el sector, entre ellos:

- una asociación de colaboración mundial con la *Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja/Media Luna Roja* dedicadas

al suministro de agua potable limpia y al saneamiento;

- la *Iniciativa Internacional del Cacao*, una asociación con el sector cacao-tero, las ONG y los sindicatos para erradicar el intolerable trabajo infantil en el cultivo del cacao;
- la *Alianza Internacional de Alimentos y Bebidas*, una coalición de nueve de las mayores empresas de alimentos y bebidas, que trabaja junto con la OMS para ayudar a implantar su Estrategia mundial sobre Dieta, Actividad física y Salud;
- la *Mesa Redonda europea sobre consumo y producción alimentarios sostenibles*, que pretende establecer la cadena alimentaria europea como uno de los principales impulsores del consumo y la producción sostenible en Europa, y que presidimos junto a la Comisión Europea;
- la *Iniciativa para una Agricultura Sostenible (SAI)*, una colaboración de las empresas del sector alimentario para fomentar el desarrollo y la aplicación de los principios y normas internacionalmente aceptados para la agricultura sostenible.

Gobierno de la Creación de Valor Compartido (CVC)

Dado que la Creación de Valor Compartido es parte integrante de la estrategia y las actividades básicas de nuestro negocio, el Presidente, el Consejero Delegado y los miembros del Consejo de Administración son responsables de la supervisión y dirección de la Creación de Valor Compartido.

Un Consejo de Alineación de Creación de Valor Compartido recientemente constituido, y presidido por el Consejero Delegado, Paul Bulcke, se reúne trimestralmente para revisar la aplicación estratégica y la coordinación de la Creación de Valor Compartido en todos los negocios de Nestlé a nivel de Grupo.

Principios y políticas

Nuestro marco general corporativo siguen siendo los *Principios Corporativos Empresariales de Nestlé*, los cuales guían nuestro comportamiento

en relación con todos los interlocutores pertinentes, con el respaldo de los *Principios de Gestión y Liderazgo de Nestlé* y el *Código de Conducta*. Dichos principios reflejan los 10 Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas sobre derechos humanos, trabajo, medio ambiente y corrupción, así como otras normas internacionales importantes (véase página 24).

Cumplimiento

Una amplia gama de políticas globales (las cuales pueden descargarse desde la página www.nestle.com/csv/downloads), se aplican también de forma coherente y rigurosa en todas nuestras operaciones mediante nuestras normas de auditoría y consultoría:

- el cumplimiento respecto a recursos humanos, integridad empresarial, seguridad, salud y sostenibilidad medioambiental lo comprueban auditores internos y externos como parte de nuestro programa CARE;
- las fábricas están obteniendo las certificaciones ISO 14001 y OHSAS 18001;
- las actividades de comercialización de productos para lactantes se auditan de forma independiente.

Nutrición

Como primera empresa mundial de Nutrición, Salud y Bienestar, creemos que el futuro de nuestra Empresa está en ayudar a las personas a llevar una dieta más saludable, tanto si el problema es la insuficiencia de vitaminas y minerales, o por el contrario, la obesidad.

Estos desafíos globales influyen en nuestras iniciativas para aportar soluciones a los problemas nutricionales de todos los segmentos de la sociedad. Uno de los principales retos es cómo llegar a quienes se encuentran en la base de la pirámide de ingresos.

Nuestros objetivos

Nuestra estrategia en Nutrición, Salud y Bienestar, que llevamos desarrollando a lo largo de 140 años, se basa en nuestra convicción de que la concienciación nutricional y el deseo de una mejor salud y bienestar tendrán cada vez más peso en las decisiones del consumidor. Para respaldar nuestra aspiración a producir alimentos y bebidas sabrosos y nutritivos que, al mismo tiempo, tengan el mínimo impacto medioambiental, utilizamos soluciones basadas en la ciencia que mejoran la

calidad de vida a través de la alimentación y la dieta y que contribuyen a la salud y al bienestar de los consumidores, incluyendo a quienes tienen necesidades nutricionales específicas y a los que se encuentran en la base de la pirámide de ingresos, mediante productos de valor nutritivo más elevado y precios más bajos. También nos proponemos generar una mayor concienciación, conocimientos y comprensión entre los consumidores utilizando una comunicación clara y responsable.

Nuestras acciones

Invertimos en el desarrollo y la mejora continuos del perfil nutricional de los productos en todas las categorías, así como en reforzar la gestión de nuestra base de datos de recetas para conseguir un análisis y un seguimiento de la nutrición más precisos. Estamos reduciendo la sal, el azúcar, los ácidos grasos trans, las grasas saturadas y los colorantes artificiales que contienen, manteniendo al mismo tiempo su sabor y añadiendo ingredientes más nutritivos y micronutrientes beneficiosos, proporcionando orientación en cuanto a las raciones y elaborando alimentos

nutritivos, de gran calidad, asequibles y a disposición de los consumidores de ingresos más bajos. También garantizamos la venta y comercialización de fórmulas infantiles de forma responsable, siguiendo estrictamente el Código de la Organización Mundial de la Salud en los países en desarrollo. Emitimos publicidad para niños sobre productos más saludables, y hemos introducido nuevos y más detallados procedimientos y procesos de aprobación para regular las promesas de nuestras marcas en cuanto a nutrición, salud y bienestar, medio ambiente y sostenibilidad.

Nuestro rendimiento

Seguimos innovando y renovando productos por consideraciones de nutrición o salud, además de sabor, y para invertir en un etiquetado de los envases de nuestros productos basado en la nutrición. Aumentamos la formación de nuestros empleados en cuanto a

conocimientos nutricionales y mejoramos la formación del personal que comercializa las fórmulas infantiles. También aumentamos las ventas de nuestros Productos de Posicionamiento Popular para consumidores de ingresos más bajos.



Valor para Nestlé

«Dirijo un programa de nutrición para madres de alumnos de este centro de educación preescolar. Abordamos los requisitos nutricionales de los consumidores con productos como *Nespray Everyday*, que está reforzado con vitamina A y se dirige a las familias de ingresos bajos. Nuestro propósito es aumentar sus conocimientos de nutrición y abordar una deficiencia nutricional importante de Sri Lanka: la vitamina A.»

Nadeesha Chandrasekera,
Directora de servicios
al consumidor, Nestlé
Sri Lanka

Valor para la sociedad

«Estoy muy contenta de poder participar en el programa sobre nutrición en el centro de preescolar al que acude mi hija. La información que recibimos todos sobre nutrición general y su impacto en el crecimiento de nuestros hijos es muy importante. Ha sido una suerte para todos nosotros que Nestlé viniera aquí a desarrollar este programa para aconsejarnos sobre cómo ofrecer una nutrición sana a nuestros hijos. Hoy, yo misma fui alumna en la escuela de mi hija.»

Vasanthi Pathiraja,
fotografiada con su hija
Vasitha

Nuestra red global de investigación y desarrollo

Los productos de Nestlé parten de la mayor red privada de I+D sobre nutrición del mundo, que comprende 28 centros de análisis, tecnología y desarrollo de productos* y más de 5.200 empleados*, cuya base es el Centro de Investigación de Nestlé. Invertimos 2.000 millones de CHF en I+D en 2009 e inauguramos el Centro de Investigación y Desarrollo de Abidjan (Côte d'Ivoire), y el Centro de Excelencia del Chocolate de Broc (Suiza). Para garantizar que la sostenibilidad es inherente a la planificación de Investigación y Desarrollo, el Consejo de Administración aprobó el nuevo Consejo de Sostenibilidad de Investigación y Desarrollo en octubre de 2009.

Consejo de Nestlé Nutrition

Para ayudar a dirigir la estrategia de Nestlé en nutrición, un consejo de expertos en nutrición de reconocido prestigio internacional, presidido por el Vicepresidente Ejecutivo, Werner Bauer, se reúne regularmente con la dirección de Nestlé para estudiar temas clave en nutrición que atañen a los intereses del negocio de Nestlé.

Convertir la nutrición en la elección preferida

Las dietas saludables deben ser sabrosas para que sean seguidas, por lo que invertimos continuamente en dar respuesta a las preferencias del consumidor y en innovación y renovación de productos. En 2009 se probaron productos por un valor equivalente a 16.800 millones de CHF mediante nuestro programa 60/40+®, que combina las preferencias organolépticas de los consumidores con una ventaja nutricional. De acuerdo con nuestras políticas empresariales, renovamos y reformulamos 7.252 productos®, mediante la reducción de componentes tales como las grasas trans, la sal, el azúcar y las grasas saturadas, que se consideran dañinos para nuestra salud, y aumentando el contenido de elementos saludables como los

*I+D sobre alimentos y bebidas

cereales integrales, las verduras y el calcio. También estamos desarrollando un sistema de gestión de recetas cuyo propósito es hacer un seguimiento de toda una serie de mediciones en nutrición y salud a escala mundial. Con la base de datos se superarán las dificultades que actualmente conlleva recopilar globalmente la retirada de grasas trans, sal, azúcar y grasas saturadas en los mercados de Nestlé de todo el mundo.

En 2009, se analizaron productos con el sistema de perfil nutricional de Nestlé, una rigurosa metodología basada en recomendaciones de salud pública, incluyendo aquellas de la Organización Mundial de la Salud (OMS) y del Instituto de Medicina de Estados Unidos; un 71% cumplía o superaba con los estándares exigidos® y alcanzaba los criterios de perfil de Nestlé Nutritional Foundation. También vendimos productos con Beneficios Activos de Marca, ingredientes que proporcionan beneficios para la salud adicionales y científicamente probados, por valor de 5.000 millones de CHF.

Enriquecimiento con micronutrientes

Nuestros Productos de Posicionamiento Popular (PPP) adaptados localmente permiten a las personas de ingresos más bajos acceder a productos de gran valor nutritivo a un precio asequible y en raciones adecuadas. Dado que son muchos los consumidores que sufren deficiencias de micronutrientes clave, como el hierro,



Desde 1999, el programa «Nutrir» de Nestlé Brasil utiliza juegos, muñecos y actividades culinarias para enseñar buenos hábitos de nutrición a 1,2 millones de niños pertenecientes a familias de ingresos bajos.

el yodo, la vitamina A y el zinc, enriquecemos con ellos miles de millones de raciones individuales de productos Nestlé. Muchos son PPP, tales como los productos *Maggi* enriquecidos con yodo (caldos, condimentos y fideos), de los que en 2009 suministramos más de 90.000 millones de raciones. Nestlé invierte 12 millones de CHF al año en I+D para productos deshidratados y elaborados con leche líquida. Nuestros conocimientos en este ámbito se aplican al suministro de leche a un precio asequible para poblaciones locales de países emergentes, enriquecida con los micronutrientes necesarios en cada localidad. A finales de 2009, nuestra variedad de leche a precio asequible estaba disponible en más de 60 países.

Desnutrición en personas mayores

En octubre de 2009, el nuevo formulario breve Mini-Nutritional Assessment de Nestlé Nutrition, una herramienta fácil de usar y destinada específicamente a la identificación de personas mayores desnutridas o en riesgo de estarlo, fue validado sin objeciones.

Nestlé Nutrition también ofrece productos que proporcionan nutrientes que suelen faltar en las dietas de las personas mayores, y que mejoran la calidad de vida contribuyendo a la salud de huesos y articulaciones, a la fuerza muscular y a la capacidad de recuperación de enfermedades.

Información al consumidor

Orientar a los consumidores sobre el tamaño adecuado de las raciones y una dieta equilibrada ha llevado al desarrollo del *Nestlé Nutritional Compass*, que ayuda a los consumidores a tomar decisiones más informadas mediante las tablas de nutrientes que figuran en los envases, indicaciones sobre alimentación o bebidas saludables y enlaces a más información. En diciembre de 2009, el *Nestlé Nutritional Compass* ya aparecía en un 98% de nuestros productos (volumen de ventas)®. Un 91% de nuestra cartera europea lleva también un etiquetado voluntario de la Cantidad Diaria Orientativa.



En Sri Lanka, Nespray, la leche asequeable y enriquecida de Nestlé para niños en edad escolar, crea empleo en fábricas locales y utiliza la leche de los distritos lecheros del país.

Publicidad y marketing responsables

Los *Principios de Comunicación con el Consumidor* de Nestlé evitan la actividad publicitaria o de comercialización dirigida a los niños menores de 6 años y restringen la publicidad para niños entre 6 y 12 años a los productos que cumplen con los rigurosos criterios de la Nutritional Foundation. Nestlé también se ha adherido a todas las iniciativas voluntarias de supervisión independiente sobre publicidad infantil responsable de alimentos y bebidas a escala nacional y regional (ocho hasta la fecha).

Nuestros *Principios Corporativos Empresariales* siguen estrictamente el Código Internacional de Comercialización de Sucedáneos de Leche Materna en los países en desarrollo. Los amplios procedimientos de implantación del Código por parte de Nestlé, la supervisión externa independiente, las fuertes sanciones por infracción del Código de la Organización Mundial de la Salud (OMS) y un sistema internacional de registro de quejas han recibido las mejores opiniones de los analistas

de grupos de inversores independientes y los elogios de numerosos gobiernos de todo el mundo en los que se controla su cumplimiento. En 2009, un 100% del personal involucrado en países en desarrollo recibió formación sobre el código de la OMS®. Más información sobre este tema en www.nestlebabymilk.com.

Formación y compromiso

Partiendo de los programas ya existentes patrocinados por Nestlé sobre educación nutricional y actividad física, y que llegan a 10 millones de escolares, se ha lanzado el programa global Nestlé Healthy Kids. Nestlé se propone implantar Healthy Kids a finales de 2011 en todos los países en los que Nestlé opera. Los nuevos proyectos de 2009 incluyen un programa de formación nutricional para niñas de entre 13 y 17 años de escuelas rurales de la India, en colaboración con la Universidad de Agricultura de Punjab, y un programa de formación nutricional en Taiwán, dirigido a niños de entre 7 y 10 años, en colaboración con la fundación John Tung.

Comunicación de marcas y comunicación al consumidor

Se anima a todas las unidades de negocio a incluir la sostenibilidad en sus

estrategias de negocio y comunicaciones a los consumidores. Algunas marcas ya han empezado a implantar este enfoque; son ejemplos de ello el apoyo de Häagen-Dazs a la investigación sobre las abejas, la plataforma Nespresso Ecolaboration y el sitio web de sostenibilidad de Nescafé.

Resumen de CVC

Valor para Nestlé

Mayor comprensión de temas nutricionales y de salud, incluyendo opiniones de los consumidores; colaboraciones fructíferas con varios grupos de interés; mayor lealtad del consumidor; aumento del crecimiento a largo plazo, cuota de mercado y rentabilidad.

Valor para la sociedad

Mayor acceso a alimentos seguros y nutritivos, de alta calidad, elaborados y comercializados de forma responsable; mayores conocimientos sobre nutrición y estilo de vida saludable; mejor comprensión de los productos de Nestlé como parte de una dieta saludable y sabrosa.

🌐 www.nestle.com/csv/consumer

Agua y sostenibilidad medioambiental

En todo el mundo, la combinación del crecimiento de la población, el aumento del bienestar económico y los modelos de estilo de vida están sobrepasando la capacidad del planeta para soportar los efectos de la actividad humana. Creemos que vamos a enfrentarnos a una severa crisis de agua en los próximos años que tendrá graves consecuencias para la seguridad alimentaria. La cadena de alimentos, desde la agricultura hasta la elaboración y el consumo, contribuye

significativamente a la calidad y la disponibilidad de agua, al cambio climático, al consumo energético, a la biodiversidad y la calidad del terreno, y a la calidad del aire; y, al mismo tiempo, depende en alto grado de esos activos medioambientales. Por ejemplo, la disponibilidad y accesibilidad de agua dulce ya afecta a nuestras actividades y a las de nuestros proveedores, y también esperamos ver las consecuencias del cambio climático en nuestras operaciones en las próximas décadas.

Nuestros objetivos

Nuestra aspiración es producir alimentos y bebidas sabrosos y nutritivos con el mínimo impacto medioambiental, por lo que nos esforzamos por mejorar continuamente nuestra eficiencia operativa y nuestra actuación medioambiental. Aplicamos un enfoque de ciclo

de vida a la valoración del impacto de nuestras actividades y productos, además de los asociados con la cadena de valor en general, contribuyendo así a un futuro mejor y a crear valor tanto para Nestlé como para la sociedad.

Nuestras acciones

Invertimos más de 220 millones de CHF en programas e iniciativas de sostenibilidad medioambiental en 2009. Seguimos identificando e implantando proyectos de reducción del uso de agua, de energías no renovables y otros recursos naturales, reducción de la emisión de gases con efecto

invernadero, eliminación de residuos y mejora de las repercusiones medioambientales respecto al envasado. También trabajamos con nuestros proveedores para promover prácticas más sostenibles en nuestra cadena de suministro, incluida una mejor administración del agua.

Nuestro rendimiento

Seguimos mejorando nuestra actuación respecto al consumo de agua y las emisiones de CO₂ y redujimos de nuestro consumo de energía con medidas operativas de eficiencia energética y un acercamiento a las fuentes de

energía renovables. Se está desviando el tráfico de residuos de los vertederos y las incineradoras que no cuentan con sistemas de recuperación de energía. La reducción del peso de los envases sigue siendo una prioridad.

A photograph of two men, Benjamin Ware and Alessandro Piva, sitting in a tomato field. They are both smiling and holding ripe red tomatoes. Benjamin is on the left, wearing a white short-sleeved button-down shirt and light-colored trousers. Alessandro is on the right, wearing a light blue Lacoste polo shirt and blue trousers. The field is filled with green tomato plants and many ripe red tomatoes. The background shows a clear blue sky and distant hills.

Valor para Nestlé

«Ayudando a los proveedores a cultivar tomates empleando menos cantidad de agua, creamos valor compartido para los agricultores, para el medio ambiente y para nuestro negocio, a la vez que garantizamos un suministro sostenible a largo plazo. La cooperativa CIO ha sido el socio ideal para este proyecto, ya que también era su objetivo aumentar la producción ahorrando recursos.»

Benjamin Ware, especialista en abastecimiento, Nestlé

Valor para la sociedad

«Durante muchos años, los cultivadores de tomates de CIO han creído e invertido tanto en la sostenibilidad y la calidad de nuestros productos como en la del medio ambiente. La irrigación mediante tecnología alimentada con energía solar para controlar la humedad del suelo al nivel de las raíces es sólo un ejemplo. Nos complace haber encontrado un socio como Nestlé, que comparte nuestro enfoque.»

Alessandro Piva, Director de Servicios Agronómicos de la Cooperativa CIO (Consorzio Interregionale Ortofrutticoli)



Gestión del agua

El agua es nuestra prioridad medioambiental y su gestión eficaz es un área clave de la Creación de Valor Compartido. En 2009 dirigimos un proyecto conjunto con McKinsey y otras empresas para analizar el consumo excesivo de agua y crear un enfoque integral basado en datos reales para abordar este problema; los resultados del trabajo quedaron documentados en el informe *Charting our water future: Economic frameworks to inform decision making*. Además, a fin de contribuir a las buenas prácticas de gestión sostenible del agua en el sector privado, fuimos de los primeros en firmar el llamamiento del Pacto Mundial de las Naciones Unidas (PMNU) al ahorro de agua (CEO Water Mandate) e informamos sobre los seis elementos básicos en nuestro informe Communication on Progress (COP) del PMNU. Véase a este

respecto la página 24 y nuestro informe completo en www.nestle.com/csv/water.

Mediante nuestra Revisión de Recursos Hídricos supervisamos y gestionamos los criterios locales sobre el agua, tales como la cantidad y la calidad, así como el cumplimiento de la normativa. Hasta ahora se ha utilizado en aproximadamente 65 centros de Nestlé Waters, y en este momento se está empezando a aplicar en nuestras fábricas de alimentos. Esto, unido a una gestión rigurosa, nos ha ayudado a reducir el volumen total de agua empleada en un 3,2%, hasta 143 millones de m³ de agua[®] o 3,47 m³ por tonelada de producto[®] en 2009. El resultado equivale a una reducción del 33% desde el año 2000, mientras que nuestro volumen de producción ha aumentado un 63%. Nuestro objetivo es mejorar la eficiencia hídrica otro 10%–15% en los próximos cinco años.

La colaboración de Nestlé con el Instituto Internacional del Agua contribuye a definir el uso del agua en la cadena de suministro agrícola de la región de Punjab, en la India.

El agua que utilizamos en las fábricas para lavar las materias primas, cocinar y limpiar se depura, a su vez, en plantas de tratamiento de aguas residuales. Optamos por utilizar plantas municipales de tratamiento de aguas para que el agua que devolvamos al medio ambiente sea sólo agua limpia. Cuando las plantas municipales no son suficientes, invertimos en nuestras propias instalaciones en los emplazamientos de Nestlé, 292 a día de hoy. Eliminamos un 97% del material orgánico del agua que sale de nuestras fábricas y que se devuelve al medio ambiente. En 2009, vertimos 91,3 millones de m³ de agua[®], lo que equivale a una reducción de más del 5% respecto a 2008.

Una buena gestión del agua es fundamental para la supervivencia de

nuestros proveedores, por lo que les ayudamos mediante colaboraciones específicas en gestión de cuencas hidrográficas. Ejemplo de ello es el trabajo llevado a cabo con grupos de interés locales en Henniez (Suiza), donde se extrae agua para el embotellado desde el año 1905.

Cada vez es mayor nuestra aportación a programas comunitarios, como en Camboya, donde Nestlé Nordic y organizaciones de la Cruz Roja camboyana y danesa han ayudado a los habitantes locales a construir pozos de agua potable, y los han formado en buenas prácticas de higiene. En colaboración con la Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja/Media Luna Roja, así como con la Cruz Roja de Côte d'Ivoire, hemos rehabilitado bombas para pozos profundos y proporcionado cabinas de aseo para hasta 50.000 personas.

Mejores tomates, menos agua

Para maximizar la producción y optimizar tanto los beneficios de las cosechas como el uso del agua, Nestlé Italia ha puesto en marcha un proyecto piloto con 10 plantaciones de tomates de la región de Parma. Utilizando tecnología alimentada con energía solar para controlar la humedad del suelo al nivel de las raíces, se ha conseguido optimizar el uso del agua, prácticamente se ha doblado la cosecha de tomates, el contenido de azúcar del tomate ha aumentado y el consumo de agua se ha reducido hasta casi la mitad.

Mejora continua

El Consejo de Sostenibilidad Operativa de Nestlé, presidido por el Vicepresidente Ejecutivo de Operaciones, se reúne mensualmente desde 2007 para examinar de forma continuada el modo en que podemos seguir mejorando nuestra sostenibilidad mediante operaciones más eficientes y mejoras de la actuación medioambiental. Nestlé también es socio estratégico del Programa de la Universidad de Cambridge para el Liderazgo en Sostenibilidad, el cual mediante seminarios, grupos de trabajo y otros programas, ayuda a las



Mujeres de Aboisso, en Côte d'Ivoire, utilizan un aseo proporcionado por nuestros colaboradores, la FICR y la Cruz Roja de Côte d'Ivoire, en su plan de mejora de la higiene y los servicios sanitarios.

empresas, el gobierno y la sociedad civil a comprender y abordar cuestiones globales críticas como el cambio climático, la pérdida de la biodiversidad y el agotamiento de los recursos.

Excelencia en las operaciones

Mediante la Excelencia Continua de Nestlé (véase página 22) nos proponemos impulsar ventajas competitivas a través de la eficiencia operativa. Uno de los elementos es nuestro programa de certificación de operaciones según los estándares de gestión medioambiental (ISO 14001) y salud y seguridad laboral (OHSAS 18001); a día de hoy, 807 han recibido ya la certificación. También utilizamos Análisis del Ciclo de Vida para medir y reducir el impacto medioambiental de nuestras principales categorías de productos en toda la cadena de valor. Los resultados de estas valoraciones los aplicamos para aumentar la sostenibilidad de nuestros productos (véase página 9). En www.nestle.com/csv/LCA se ofrece un informe completo que incluye un ejemplo de Análisis del Ciclo de Vida de Nescafé.

Cambio climático

En Nestlé hemos asumido el compromiso de ser líderes en la reducción de emisiones de gases con efecto invernadero procedentes de nuestras propias operaciones, dentro de nuestra cadena de suministro y ayudando a que los consumidores aprecien la diferencia. Nuestra meta es ofrecer productos que causen el menor impacto medioambiental respecto a sus posibles

alternativas, incluidos los productos preparados en casa.

En nuestra condición de empresa avalada por un sólido historial en materia de medio ambiente y un compromiso con nuevas mejoras, respaldamos estándares estrictos y equitativos destinados a limitar las emisiones de gases de efecto invernadero, que recompensan a las empresas más eficientes en recursos y cadenas de valor.

Con nuestro esfuerzo hemos contribuido a reducir las emisiones directas de gases de efecto invernadero en un 3,1%, hasta 3,98 millones de toneladas de CO₂-eq[®] o 96,6 kg de CO₂-eq por tonelada de producto[®], lo que representa una reducción del 48% por tonelada de producto en los diez últimos años. Nuestras emisiones indirectas de CO₂ derivadas de energía adquirida permanecieron estables en 3 millones de toneladas respecto a 2008.

Apoyamos las acciones que involucren a múltiples grupos de interés ayudando a los proveedores a mejorar su rendimiento medioambiental a través de la plataforma SAI y compartiendo nuestra estrategia y resultados mediante el Carbon Disclosure Project (proyecto de divulgación de datos referentes a las emisiones de CO₂). También respaldamos los llamamientos realizados por The Prince of Wales's Corporate Leaders Group on Climate Change de recortar las emisiones mundiales y establecer planes de reducción a escala nacional a largo plazo.

Transporte y distribución

Mediante la racionalización de proveedores, nuevas políticas de



La planta de tratamiento de aguas residuales de nuestra fábrica de Bugalagrande, en Colombia, es una de las 292 instalaciones de Nestlé a nivel mundial.

adjudicación y formación de conductores, nuestro proyecto «green fleet» – que ha ganado el segundo premio del certamen Green International Fleet Award 2009 – ha logrado reducir las emisiones de CO₂ en nuestra flota europea de automóviles y vehículos comerciales en un 17% desde 2007. Otras iniciativas similares, con adaptaciones locales, se están promoviendo en América del Norte, México, Brasil y Asia-Pacífico.

A fin de reducir aún más nuestro impacto medioambiental, Nestlé Waters se ha propuesto utilizar medios de transporte alternativos siempre que sea factible. En Francia y Bélgica, el 50% de nuestras botellas se distribuyó por tren o transporte intermodal (camión y tren) en 2008, lo que supuso 60.000 cargas menos de camión, o un ahorro de 12 millones de litros de combustible y menos emisiones de gases de efecto invernadero relacionadas con el transporte.

Aumentar nuestra eficiencia energética

Al combinar las iniciativas de reducción de energía en nuestras fábricas y los cambios en nuestro mix de productos, redujimos el consumo de energía en un 2% en 2009, hasta 85,2 PJ[®] o 2,07 GJ por tonelada de producto[®]. El consumo indirecto, mediante la reducción de la cantidad de energía que adquirimos, descendió también hasta 65,1 PJ en 2009. Otras medidas adicionales nos ayudarán a conseguir una mejora de, al menos, un 5% más de eficiencia energética en cada una de nuestras principales categorías de productos de aquí a 2015.

Equipos que ahorran energía

En junio de 2009, la planta de embotellado *Nestlé Pure Life* de Breinigsville (Pensilvania) se convirtió en el primer centro de Nestlé en obtener la certificación «Gold LEED» (Leadership in Energy and Environmental Design) concedida por el US Green Building Council. Hoy, nueve plantas de Nestlé Waters North America se han construido ya siguiendo los estándares



Las botellas ReSource de Nestlé Waters, fabricadas con un 25% de PET reciclado, se venden, recogen y reciclan mediante una iniciativa conjunta de Whole Foods y Gestión de Residuos en California.

LEED, y así se hará en todas las plantas que se construyan en el futuro.

Energía renovable

Seguimos estudiando la posibilidad de utilizar más fuentes de energía renovables para reducir nuestra dependencia de los combustibles fósiles. Un 12,2% de la energía total utilizada en nuestros centros procede actualmente de fuentes renovables[®], y este porcentaje aumentará en proyectos como el de



Además de aumentar la eficiencia energética de su fábrica de Denver, Nestlé Purina PetCare ya genera un 1% de sus necesidades eléctricas a partir de energía solar.

Solon (Ohio, EE. UU.), que captura y emplea metano de un vertedero como fuente de energía, y el de instalación de una caldera de leña en las instalaciones de Challerange de Nestlé France, lo que reducirá la huella de CO₂ en un 95% y se calcula que supondrá un ahorro de 9 millones de EUR en diez años.

Reducción de energía

En la planta de Nestlé Purina PetCare de Denver se ha recortado el uso de energía en un 12,4% por tonelada de producto en cinco años mediante una nueva caldera, un sistema de iluminación de elevada eficiencia energética y sistemas mejorados de aire comprimido y vapor. Y gracias al éxito de un programa piloto, la planta cuenta ahora con la mayor instalación privada de paneles de energía solar del estado de Colorado, que cubre un 1% de las necesidades de electricidad de la planta. En este momento estamos estudiando la viabilidad de la energía solar en otras plantas de Purina en Arizona y California. Por su parte, Nestlé Italia ha instalado paneles fotovoltaicos en dos fábricas.

Residuos y recuperación

Nuestro objetivo es cero residuos y una recuperación total de subproductos inevitables. Mediante el programa de Nestlé Excelencia Continua se ha conseguido una reducción de los residuos del 11,4% y un aumento de la reutilización o recuperación de subproductos del 23,5% en 2009.

Optimización del envasado

El envasado permite reducir los residuos porque protege los productos alimenticios durante su transporte y almacenamiento, en la tienda y en casa, y genera más ahorro que costes, tanto desde el punto de vista financiero como medioambiental. El envasado también es esencial para la seguridad y frescura de los alimentos, además de proporcionar al consumidor información nutricional y orientación sobre las raciones adecuadas en el mismo establecimiento.

El enfoque integrado de Nestlé respecto al envasado contempla reducir el peso y el volumen de los materiales



Jorge Eliecer Rojas, el alcalde, se reúne con Miguel Ángel Figueroa, Director General de nuestra fábrica de Bugalagrande (Colombia), que obtiene el 13% de su energía a partir del marro de café molido.

utilizados para envases mediante el empleo de recursos renovables reciclados o gestionados de forma sostenible y el respaldo a iniciativas de reciclado o recuperación de energía a partir de envases usados. Así hemos ahorrado 59.000 toneladas de peso de material de envasado[©] en 2009, aunque el total de materiales de envasado aumentó un 4%[©], debido fundamentalmente al aumento de las ventas y los volúmenes de producción. Por ejemplo, el embotellado de diseño económico y menor peso de Nestlé Waters en Estados Unidos ha permitido un ahorro de más de 88 millones de kg de resina y ha evitado la emisión de más de 356.000 millones de toneladas de dióxido de carbono equivalente (CO₂-eq).

Reciclado de botellas de plástico

Además de favorecer varios sistemas de recogida, trabajamos para aumentar la concienciación sobre el reciclado de botellas de plástico entre los consumidores. Por ejemplo:

- Nestlé Waters China lanzó una campaña nacional de concienciación con ocasión del Día Mundial del Agua, celebrado en marzo;
- *Acqua Nestlé Vera* contribuyó a la organización de un recorrido educativo por 27 ciudades para animar al reciclado de botellas de plástico en Sicilia;
- Nestlé Pakistán patrocinó un estudio realizado sobre el destino de las botellas usadas en tres ciudades importantes.

Resumen de CVC

Valor para Nestlé

Mejora continua del rendimiento medioambiental; fábricas productivas; reducción de riesgos y costes; disponibilidad a largo plazo de materias primas y agua; crecimiento sostenible y rentable.

Valor para la sociedad

Estándares medioambientales más elevados, oportunidades de empleo local, ingresos más altos y un mejor nivel de vida.

🌐 www.nestle.com/csv/environment

Desarrollo rural

La agricultura emplea a más de un tercio de la población trabajadora mundial y tres cuartas partes de la población que vive en condiciones de pobreza se concentra en zonas rurales. Nestlé gasta aproximadamente 20.400 millones de CHF al año en materias primas y trabaja directamente con unos 540.000 agricultores para ayudarles a incrementar su productividad, proteger el medio ambiente y salir de la pobreza. Alrededor de 3,4 millones de personas en los países en desarrollo dependen

de nuestra cadena de suministro, por lo que podemos ejercer un impacto positivo a largo plazo en el desarrollo económico y medioambiental y en el nivel de vida, ayudando, en ocasiones, a regiones enteras a aumentar su productividad agrícola y su rendimiento económico. Entre los desafíos está el abastecernos de un modo que reduzca al mínimo el impacto sobre el cambio climático y también ciertos problemas sociales que llevamos mucho tiempo combatiendo, como el trabajo infantil.

Nuestros objetivos

El bienestar de las comunidades de las que obtenemos nuestras materias primas agrícolas y la mano de obra local es esencial para nuestro éxito como empresa y para el valor que aportamos a los accionistas. Mediante el desarrollo rural – creación de puestos de trabajo en la zona, fomento de prácti-

cas de producción sostenibles y compra directa a pequeños proveedores e intermediarios – no sólo tratamos de proteger el suministro y la calidad de nuestras materias primas, sino también de tener un impacto positivo a largo plazo sobre la economía local y el nivel de vida de las comunidades rurales.

Nuestras acciones

En 2009, prestamos apoyo a 165.553 proveedores directos mediante asistencia técnica y transferencia de conocimientos. También concedimos micropréstamos por un total de 48 millones de CHF, y nos aseguramos de que funcionan de forma responsable y sostenible a través del Código de Proveedores de Nestlé. Nuestro principio de desarrollo rural consiste en producir, en la medida de

lo posible, en países en los que obtenemos las materias primas; hoy en día, aproximadamente la mitad de nuestras 449 fábricas se encuentran en países en vías de desarrollo, sobre todo en zonas rurales, y dan empleo directo a más de 200.000 personas. Asimismo, participamos activamente en iniciativas con múltiples grupos de interés para fomentar las mejores prácticas.

Nuestro rendimiento

Durante este año, mejoramos el desarrollo de proveedores y la formación de agricultores y desarrollamos nuevas medidas en el marco de la Iniciativa para una Agricultura Sostenible de Nestlé (SAIN), a lo que hay que añadir la comunicación continua de nuestro Código de Proveedores de Nestlé, que sirve de referencia para evaluaciones.

También consolidamos nuestro apoyo a la industria del cacao con el Plan del Cacao, destinamos 460 millones de CHF a iniciativas científicas y de sostenibilidad de las plantas del café y el cacao durante la próxima década, y desarrollamos nuestra política sobre el aceite de palma.

Valor para la sociedad

«Antes de sumarme al programa, todo era más difícil; pero ahora, cuando me veo a mí misma y a mi familia, estoy segura de que el futuro será mejor. Esto es gracias a los consejos de *Nespresso* y a que nos pagan mejor el café. Ahora el café es un activo valioso; es mi activo, un activo para mi comunidad y para nuestro país.»

Leticia Monzón de Herrera,
productora

Valor para Nestlé

«Los productores de café participan en el Programa *Nespresso* AAA, no sólo porque el condicionar el precio a la calidad les motiva para introducir cambios positivos en sus granjas, sino también porque estamos aquí presentes, ayudándoles a mejorar sus condiciones sociales y medioambientales, ofreciéndoles un futuro mejor para sus familias y sus comunidades.»

Juan Diego Román,
gerente del Programa
Nespresso AAA para
Centroamérica

Relaciones con los proveedores

Hemos comunicado el Código de Proveedores de Nestlé, introducido en 2008, al 100% de nuestros 165.497 proveedores; sobre el terreno, el Código se exhibe en un 82,3% de los puntos de recogida y compra. En Polonia, Turquía y África Occidental se celebraron eventos con proveedores para dar a conocer nuestros requisitos en materia de responsabilidad corporativa, y todos los proveedores fueron evaluados con nuestra herramienta de valoración interna de riesgos para detectar cuáles presentan un elevado riesgo potencial. Los proveedores piloto rellenaron un cuestionario de autoevaluación y también se sometieron a una valoración a través de una auditoría independiente. Esta metodología se hará extensiva a un mayor número de proveedores en 2010.

La Iniciativa para una Agricultura Sostenible de Nestlé (SAIN) cubre ya 35 mercados[®] y al 77% de nuestros 39 mercados de abastecimiento directo[®]; en 2009, hubo 10 proyectos SAIN relacionados con cuestiones del agua[®].



El programa de desarrollo de proveedores de Nestlé en la India ha reducido la dependencia de importaciones costosas. Más de 70 nuevos proveedores locales cumplen ya con nuestras especificaciones.



El programa Desarrollo de la Mujer Lechera en el Campo de la región de Punjab, en la India, proporciona asesoramiento a mujeres lecheras sobre el uso eficiente del agua y otras prácticas agrícolas.

Desarrollo de proveedores

Ayudamos a los proveedores locales a cumplir nuestras exigencias de calidad, mejorar la eficiencia en costes, evitar las importaciones y eliminar residuos. En la India, por ejemplo, desde 2005 hemos contribuido a ahorrar 5 millones de CHF, evitamos la importación de 12 materias primas y hemos conseguido 70 nuevos proveedores, entre ellos alguno pequeño, como KCL, que empezó a producir copos de maíz para los cereales infantiles de Nestlé en noviembre de 2008, tras registrarse problemas de calidad ocasionales con nuestro único proveedor asiático. Desde entonces, el programa se ha implantado en Bangladesh, Brasil, Indonesia, Irán, Malasia, Rusia y Sudáfrica.

Perfil de suministro

Casi un 40% de nuestro gasto en materias primas se destina al abastecimiento de tres materias primas clave: leche, café y cacao.

Leche

Atendiendo al valor de las ventas, Nestlé es la mayor empresa lechera del mundo, ya que se provee del equivalente a más de 12 millones de toneladas de leche fresca procedente de más de 30 países. Compramos 5 millones de toneladas directamente a los productores, facilitándoles el acceso al mercado y ofreciéndoles un precio justo; esto nos garantiza además un abastecimiento regular de leche de calidad. Las comunidades locales se benefician también de las instalaciones de recogida, almacenamiento y transporte, formación, sistemas de control de calidad, micropréstamos y oportunidades de empleo en nuestras fábricas.

En Kenia y Uganda, unas cooperativas lecheras equipadas con grandes instalaciones para la conservación en frío abastecen de leche para procesar. Tras las visitas realizadas en mayo de 2009, Nestlé recomendó utilizar unos tanques de frío más pequeños a fin de reducir el número de productores necesario para garantizar la viabilidad de cada centro y para mejorar la calidad de la leche, al acortar el tiempo de transporte desde el ordeño a la recogida. Unos tanques de frío más pequeños evitan la necesidad de usar bombas, equipos de limpieza y el transporte a cargo de terceros.

Café

En 2009, Nestlé adquirió 780.000 toneladas de café verde, de las cuales más de 93.700 se compraron directamente a los productores y pequeños intermediarios de Vietnam, Tailandia, China, Indonesia, Filipinas, Côte d'Ivoire y México, convirtiéndose así en el principal comprador directo del mundo.

Otra ventaja para los productores es que reciben asistencia técnica gratuita, lo que les ayuda a mejorar la calidad de sus cosechas y nos asegura el suministro. Durante los últimos diez años, hemos ayudado a formar a 100.000 productores de cacao y café, y en los próximos diez años tenemos previsto invertir 350 millones de CHF en investigación científica sobre el



En una granja experimental de Nestlé en Ecuador, los agrónomos Eduardo Eusebio Pérez Chuez y Luisa Marillac Trujillo examinan cacaoteros desarrollados en nuestro centro de I+D de Tours, en Francia.

café. Estamos comunicando nuestra estrategia a los consumidores a través del sitio web www.nescafe.com/sustainability.

Cacao

El Plan del Cacao es la aportación de Nestlé para abordar los problemas clave de los productores de cacao, sus familias y sus comunidades, para mejorar el futuro del cultivo de cacao. Se trata de profesionalizar este cultivo a través de cuatro grandes áreas de actividad: ayuda a los productores, conocimientos de la planta, cadena de suministro y mejores condiciones sociales.

Durante la próxima década invertiremos 110 millones de CHF, centrándonos inicialmente en Ecuador, Venezuela

y Côte d'Ivoire. Trabajar en estrecha colaboración con cooperativas de productores, pagar una prima por un cacao de mejor calidad, invertir en el futuro formando a los productores y proporcionar unas plántulas con un elevado potencial son distintas medidas con las que Nestlé pretende sentar las bases para mejorar sustancialmente la productividad y los ingresos de los productores.

Durante los últimos quince años, Nestlé ha proporcionado a los países productores 17 millones de plántulas de café y cacao de alta producción y resistentes a las enfermedades, y proporcionará al menos 38 millones más en la próxima década; nuestro nuevo centro de I+D de Abidjan (Côte d'Ivoire), suministrará a los productores un millón de cacaoteros de alto potencial cada año a partir de 2012. Asimismo, trabajamos con la Iniciativa Internacional del Cacao, UTZ Certified

y Fairtrade para mejorar el acceso a la educación, las condiciones de trabajo y la gestión medioambiental, y colaboramos con la Federación Internacional de la Cruz Roja/Media Luna Roja (FICR) para financiar un programa de agua y saneamiento en las escuelas.

Aceite de palma

Movidos por la inquietud ante la destrucción de las selvas tropicales y las turberas causada por las plantaciones de aceite de palma, en 2009 nos sumamos a la Mesa Redonda sobre el Aceite de Palma Sostenible (RSPO), empezamos a comprar aceite de palma sostenible certificado y nos hemos comprometido a usar exclusivamente ese tipo de aceite de palma para el año 2015.

Resumen de CVC

Valor para Nestlé

Garantizar un suministro a largo plazo de materias primas de calidad; unos costes de abastecimiento más bajos; la preferencia de los consumidores por nuestros productos; crecimiento rentable.

Valor para la sociedad

Formación y asistencia técnica; mayores cosechas; cultivos de mejor calidad; mayores ingresos; oportunidades de empleo y desarrollo económico; certeza para los consumidores de que nuestros productos son seguros y de calidad.

🌐 www.nestle.com/csv/agriculture

Nuestro personal

Gracias a la dedicación y a los esfuerzos que realizan nuestros empleados, diariamente aportamos productos diferenciados para muchos consumidores de todo el mundo. Nestlé tiene una fuerte cultura corporativa que constituye el nexo de unión de las 278.165 personas[®] de más de 100 nacionalidades. Más de un tercio (33,9%) de nuestra fuerza laboral está

en Europa, un 38% en América y un 28,1% en Asia, Oceanía y África. Durante la crisis financiera mundial, hemos hecho todo lo posible por centrarnos en la sostenibilidad y la estabilidad, y por asegurarnos de que contamos con los recursos humanos adecuados para responder a nuestras necesidades actuales y futuras.

Nuestros objetivos

Para nosotros es esencial contratar y dar trabajo a personas que comparten nuestros valores y principios. Defendemos el principio fundamental de que cada empleado debe tener las oportunidades y el apoyo que necesite para aprovechar al máximo su potencial en un entorno de trabajo seguro y justo en

el que sea escuchado y valorado, donde se respeten la diversidad y la igualdad. Las inversiones a largo plazo en formación y desarrollo profesional ofrecen mejores oportunidades laborales a nuestro personal y proporcionan a Nestlé el personal cualificado que necesita.

Nuestras acciones

Con el cumplimiento de los principios de Nestlé y las continuas mejoras en los ámbitos de gestión medioambiental y de salud y seguridad laboral, seguimos fomentando el carácter global y diverso de Nestlé. Nuestra cultura a favor de un lugar de trabajo ético y responsable ha contribuido a poner en marcha medidas que fomentan el

compromiso de los empleados, su salud y bienestar, reducir los accidentes laborales y prever las futuras necesidades de negocio a través de la selección, la planificación de sucesiones y las oportunidades de formación y desarrollo profesional a todos los niveles de la empresa.

Nuestro rendimiento

A pesar de la crisis financiera mundial, hemos seguido ofreciendo a nuestros empleados una formación y un desarrollo integrales, así como oportunidades de avance profesional. Nuestro rendimiento en seguridad y salud ha seguido mejorando, la tasa de frecuencia de accidentes laborales con baja

y la tasa total de siniestralidad laboral con baja han vuelto a reducirse. Las relaciones en el lugar de trabajo entre empleados, dirección y sindicatos son generalmente buenas, aunque en ocasiones surgen dificultades que nos comprometemos a resolver.

Valor para Nestlé

«Me gustaría desarrollar mi carrera profesional en Nestlé, y es alentador ver que la dirección se toma en serio la diversidad, especialmente la igualdad de oportunidades de género. Me tranquiliza saber que existen programas de apoyo y que mi tutor me puede orientar.»

**Kaori Murata, empleada,
Nestlé Japón**

Valor para la sociedad

«Creo que las organizaciones de alto rendimiento requieren entornos en los que cada empleado pueda hacer su aportación individual, y en los que sus capacidades se utilicen y se desarrollen al máximo. Como líder del grupo de trabajo «mujeres y liderazgo», mi prioridad consiste en garantizar un lugar de trabajo en el que las mujeres, que actualmente son un colectivo minoritario en Nestlé en Japón, puedan trabajar en condiciones flexibles, con perspectivas a largo plazo y sentirse orgullosas.»

**Kaori Hanks, responsable y
líder del grupo de trabajo
«mujeres y liderazgo»,
Nestlé Japón**

Programa Nestlé de Excelencia Continua

Nuestro programa Nestlé de Excelencia Continua (NCE) impulsa la eficiencia operativa en todo nuestro negocio y una mentalidad de «defecto cero, residuo cero» en toda la cadena de valor. Facilita la labor de compartir buenas prácticas de fabricación, liderazgo, desarrollo personal, planificación de sucesiones y gestión del rendimiento, y ha impulsado la integración de varios cientos de normas operativas en nuestras fábricas (véase página 13), que dan lugar a menos accidentes, mayor productividad y menos residuos, así como reducciones de paradas no planificadas, defectos de calidad y quejas de consumidores.

Evaluación del cumplimiento

El cumplimiento de nuestros Principios Corporativos Empresariales y de las diversas legislaciones locales se evalúa a través de CARE, nuestro programa de auditoría independiente, en cuatro áreas: seguridad y salud ocupacional; normas laborales, integridad empresarial y medio ambiente. Desde 2005 se han realizado más de 950 auditorías independientes, y de las cuales se realizaron 435 auditorías en 2009. Nuestro objetivo es extender el programa CARE a todos los empleados y centros para finales de 2010.

Gestión de la salud y la seguridad

Un lugar de trabajo seguro y saludable es uno de los pilares esenciales de la cultura y los principios de Nestlé, y refleja nuestra creencia de que «la seguridad es innegociable» y que «un solo accidente ya es demasiado».



Pablo Devoto, Director General de Nestlé en Argentina, se reúne con empleados en la fábrica El Talar, en Buenos Aires.



En centros como la fábrica de Nanjangud, en la India, los programas de capacitación de empleados han contribuido a mejorar la salud y el bienestar, y han mejorado las oportunidades de formación y desarrollo.

La participación de los altos directivos y el compromiso de los empleados en todos los centros operativos han contribuido a mejorar nuestros resultados de seguridad a lo largo de todo el año, como pone de manifiesto la reducción en un 29% de nuestra tasa de frecuencia de accidentes laborales con baja entre nuestros empleados y contratistas, hasta situarla en 2,0 accidentes laborales con baja por millón de horas trabajadas[®]. Durante el año, 190 fábricas no registraron ningún accidente laboral con baja. Nuestra tasa total de siniestralidad laboral con baja también mejoró hasta situarse por debajo de 5,1 accidentes por millón de horas trabajadas por empleados y contratistas[®], aunque nuestro objetivo sigue siendo el de «cero accidentes».

Asimismo, hemos implantado programas de conducción segura en muchos países en los que operamos y estamos extendiéndolos a contratistas en mercados como Brasil y Pakistán. A pesar de nuestros continuos esfuerzos, lamentamos profundamente las 4 muertes causadas en 2009 por accidentes laborales[®], de las cuales 2 se debieron a accidentes de tráfico fuera de nuestras instalaciones; estos casos, que a menudo escapan a nuestro control directo, siguen siendo uno de los principales retos.

Relaciones en el centro de trabajo

Las relaciones de los empleados dentro de Nestlé se rigen por nuestros Principios Corporativos Empresariales y nuestra Política de Recursos Humanos, así como por el estricto cumplimiento

de las legislaciones nacionales, los Convenios Fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y los derechos humanos y principios laborales del Pacto Mundial de las Naciones Unidas (véase en la página 24 y en www.nestle.com/csv/globalprinciples).

Asumiendo que podemos avanzar en algunas áreas, hemos identificado buenas prácticas para mejorar las relaciones en centros de trabajo de varios países. Por ejemplo, en Filipinas, los directores de Recursos Humanos y los representantes sindicales han recibido formación sobre los Convenios de la OIT, todos los empleados de Colombia reciben formación sobre los Principios Corporativos Empresariales de Nestlé, y en Europa los directores debaten regularmente cuestiones con los sindicatos locales y con representantes del Sindicato internacional de trabajadores de la alimentación. Y para seguir avanzando, se ha creado un nuevo equipo corporativo para educar a los empleados en los Principios Corporativos Empresariales, garantizar su cumplimiento a través del programa CARE, revisar nuestras políticas y sistemas en los centros de trabajo y poner en práctica una nueva Política de Relaciones con los Empleados en 2010.

Bienestar en el lugar de trabajo

Más del 95% de las sociedades operativas de Nestlé tienen en marcha programas de bienestar en el lugar de trabajo o los están desarrollando. Los hay de diversa naturaleza, pero en general incluyen información nutricional, gimnasios y botellas de agua gratis. Casi todas las instalaciones (el 96%) cuentan con programas de medicina preventiva, entre cuyos servicios se incluyen vacunaciones, pruebas de glucosa en sangre y perfil de lípidos.

Igualdad de oportunidades de género

Para aprovechar la ventaja competitiva de nuestra diversidad cultural, hemos introducido una iniciativa mundial para acelerar la igualdad de oportunidades



En la fábrica Kurunagala de Nestlé Sri Lanka, los empleados asisten a un curso de formación sobre salud y seguridad en el que aprenden a utilizar correctamente un arnés de seguridad.

de género. En un principio se ha centrado en proporcionar a nuestros equipos de liderazgo los conocimientos necesarios y una orientación sobre las mejores prácticas para aumentar la igualdad de oportunidades. También se han revisado algunos procedimientos de recursos humanos clave y se han desplegado en todos los mercados planes de actuación adaptados localmente. Nestlé Japón, por ejemplo, ha organizado talleres de «Concienciación sobre igualdad» a los que han asistido más de 250 participantes, incluido el equipo directivo en pleno, y se han establecido tres grupos de trabajo (uno sobre ventas, otro sobre fábricas y otro sobre mujeres y liderazgo).

Formación, aprendizaje y tutorización

Para garantizar que el personal de Nestlé es capaz de realizar su trabajo de forma efectiva, ofrecemos gran variedad de formación en el puesto de trabajo, programas de aprendizaje a través de Internet y cursos presenciales. Durante 2009, 93.146 empleados de países en desarrollo recibieron formación en aula®, incluidos los 42.931 empleados que participaron en nuestro programa sobre nutrición NQ (Nutrition Quotient). Además, 2.350 empleados de todo el mundo asistieron al menos a uno de los 85 cursos ofrecidos por nuestro Centro Internacional de Formación y Conferencias de Rive-Reine (Suiza), durante 2009.

Se han puesto en marcha varios programas de tutorización en toda la organización, incluido un Programa de Tutorización Corporativa para acelerar el desarrollo profesional de más de un

centenar de directivos senior, a los que se emparejó, uno por uno, con alguno de los máximos cargos durante dieciocho meses. A nivel de mercado, los planes comprenden el programa «MentorNes» de Nestlé España y «Mentoring@Nestlé», un programa piloto lanzado por Nestlé Oceanía en abril de 2009. Nestlé Nutrition lanzó su propio programa de tutorización en septiembre de 2008.

Resumen de CVC

Valor para Nestlé

Personal cualificado y motivado; mejora del rendimiento; resultados del negocio superiores; crecimiento sostenible.

Valor para la sociedad

Oportunidades de empleo; potencial para una mejor calidad de vida; oportunidades para el desarrollo personal; estándares de seguridad laboral más altos.

🌐 www.nestle.com/csv/people

Apoyo a los principios y metas globales

Principios del Pacto Mundial de la ONU

Los Principios Corporativos Empresariales de Nestlé guían nuestro comportamiento en relación con todos nuestros grupos de interés. Estos principios reflejan los conceptos básicos de equidad, honradez y respeto hacia las personas y el medio ambiente en toda nuestra actuación empresarial e incorporan los 10 Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas sobre derechos humanos, trabajo, medio ambiente y corrupción. En 2009, Nestlé también pasó a ser miembro de GCLead, una plataforma de liderazgo compuesta por un selecto grupo de primeras empresas

«defensoras» del Pacto Mundial de las Naciones Unidas. Aunque nuestro último informe no se refiere específicamente a los avances realizados respecto a los Principios del Pacto Mundial, sí incluye muchos ejemplos de actividades que ilustran nuestro modo de cumplirlos y respaldarlos, como se resume a continuación.

Iniciativa CEO Water Mandate

En octubre de 2008, la Oficina del Pacto Mundial de las Naciones Unidas estableció la Política de Transparencia para la iniciativa CEO Water Mandate, lanzada en julio de 2007 con el fin de desarrollar buenas prácticas en gestión sostenible del agua en el sector privado. En 2009, se añadieron al Mandate nuevas estructuras de trabajo sobre derechos humanos, compromiso con políticas públicas y contabilidad del agua, y se introdujo un informe oficial de progresos (COP, Communication on Progress) sobre el agua. Como signatario fundador de la iniciativa, Nestlé apoya este enfoque y ha estructurado su informe sobre el agua en torno a los seis elementos centrales del Mandate (véase nuestro informe completo en www.nestle.com/csv/water para más información).

Objetivos de Desarrollo del Milenio de las Naciones Unidas
Nestlé también colabora para alcanzar los Objetivos de Desarrollo del Milenio de las Naciones Unidas (ODM), que consideramos importantes metas que, con la ayuda de asociaciones que aprovechan recursos y capacidades locales, pueden provocar un cambio positivo y sostenible.

Análisis sobre derechos humanos
Nestlé lleva trabajando con el Instituto Danés de Derechos Humanos desde octubre de 2008, cuando se consultaron al Instituto algunos aspectos de derechos humanos en la revisión de los Principios Corporativos Empresariales. En 2009, y a la luz del marco «Proteger, respetar, remediar» de John Ruggie, representante especial del Secretario General de la ONU para Empresas y Derechos Humanos, el Instituto Danés de Derechos Humanos y Nestlé examinaron las responsabilidades, los riesgos y las oportunidades en materia de derechos humanos de la Empresa. En noviembre de 2009 se finalizó un análisis exhaustivo sobre derechos humanos de las políticas corporativas y los sistemas de Nestlé en ocho áreas funcionales, cuyos resultados son actualmente objeto de debate.

Los Principios del Pacto Mundial de la ONU	Ejemplos de actividades de Nestlé en 2009
Derechos humanos	El Plan del Cacao (página 19)
Trabajo	Igualdad de oportunidades de género (página 22)
Medio ambiente	Revisión de Recursos Hídricos (página 12); participación en el Carbon Disclosure Project (página 13)
Anticorrupción	Ampliación del programa CARE para incluir la integridad empresarial (páginas 5, 22)

Los ODM de las Naciones Unidas	Ejemplos de actividades de Nestlé en 2009
1. Erradicar la pobreza extrema y el hambre	Impacto de la cadena de valor del sector de productos lácteos, Pakistán (página 3); el Plan del Cacao (página 19)
2. Alcanzar una educación primaria universal	Programa Healthy Kids (página 9)
3. Fomentar la igualdad entre géneros y la autonomía de la mujer	Desarrollo de lecherías de mujeres en la India (página 18)
4. Reducir la mortalidad infantil	Enriquecimiento con micronutrientes (página 8)
5. Mejorar la salud materna	Enriquecimiento con micronutrientes (página 8)
6. Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades	Aumentar la concienciación dentro del programa de cultivo sostenible Sustainable Tree Crops (online)
7. Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente	Ecolaboration (páginas 3, 9); fuentes de energía renovable (página 14); reciclado de botellas de plástico (página 15)
8. Desarrollar asociaciones mundiales	Consejo Asesor de Creación de Valor Compartido (página 4); apoyo a la Federación Internacional de la Cruz Roja/Media Luna Roja (páginas 13, 19); apoyo a la Iniciativa Internacional del Cacao, UTZ Certified, Fairtrade y Mesa Redonda sobre el Aceite de Palma Sostenible (RSPO) (página 19)

© Marzo 2010, Nestlé S.A., Public Affairs

Nestlé S.A.
Avenue Nestlé 55
1800 Vevey
Suiza
www.nestle.com/csv

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

Concepto y redacción

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

Concepto visual y diseño

Nestec Ltd., Corporate Identity & Design,
con Esterson Associates

Fotografía

Nana Kofi Acquah,
Markus Bühler-Rasom,
Sam Faulkner/NB Pictures,
Nicolas Goldberg/Panos Pictures,
Charlie Gray,
Harmen Hoogland/Nestec,
Bella Muccari,
Eric Rechsteiner/Panos Pictures,
Sergio Santorio,
Thomas Schuppisser

Impresión

UD Print (Suiza)

Papel

Este informe se ha imprimido en papel Arctic the Volume, procedente de bosques bien gestionados y otras fuentes controladas, y certificado por el Forest Stewardship Council (FSC, Consejo de Administración Forestal).



