



NESTLÉ

en la sociedad

2013

INFORME SOBRE
CREACIÓN DE VALOR
COMPARTIDO

Nestlé en España



Creación de Valor Compartido

Nutrición | Agua | Desarrollo Rural

Indicadores clave de Nestlé en España

	2012	2013	GRI*
ECONÓMICOS			
Ventas totales (millones de €)	2.107	2.083	EC1
Inversiones totales (millones de €)	98	48	
Exportaciones totales (% sobre volumen de fabricación total) (% Tm)	44	44	
Cifra de negocios procedente de nuevos productos (%) ⁽¹⁾	17,7	17,8	
NUTRICIÓN			
Nuevos empleados de Nestlé en España que reciben formación en nutrición (%)	100	100	PR6
Productos analizados en el marco del programa 60/40+ (% sobre total de ventas)	39	42	PR1/FP4
Productos ganadores en el marco del programa 60/40+ (denominados 60/40+ win) (% sobre total de ventas de los productos testados)	81	79	PR1/FP4
Productos que cumplen el criterio Nutritional Foundation (NF) (% sobre total de ventas de los productos evaluados)	81	82	FP4
Número de niños beneficiarios de programas de educación nutricional de Nestlé	49.281	59.808	FP4
Comunicación responsable			
Productos cubiertos por el Nestlé Nutritional Compass (% sobre total de ventas)	100	100	PR3
Productos con la cantidad diaria orientativa (CDO) (% sobre total de ventas)	100	100	PR3
Visitas a <i>websites</i> o soportes <i>on-line</i> de Nestlé con contenidos nutricionales	4.456.145	4.528.654	FP8
Número de <i>newsletters</i> enviados <i>on-line</i> al consumidor sobre temas nutricionales	28.900.000	41.200.000	FP8
Publicidad de Nestlé en televisión dirigida a menores de 12 años que cumple con las políticas de marketing responsable (%) ⁽²⁾	99,99	99,99	PR6/PR7
Índice de satisfacción del consumidor (1 mínimo, 5 máximo)	4,16	3,97	PR5
Número de comunicaciones a profesionales de la salud	108.000	110.750	
SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL Y AGUA			
Inversiones totales en materia medioambiental (millones de euros) ⁽³⁾	2,8	2,2	EN30
Plantas con certificación ISO 14001 / OHSAS 18001 (%)	100	100	EN26
Volumen de producción			
Total de volumen de producción (toneladas)	812.065	787.566	
Materiales			
Materias primas utilizadas, excepto agua (toneladas)	458.369	488.163	EN1
Material de embalaje (toneladas)	102.589	99.613	EN1
Embalaje por tonelada de producto (kg/tonelada de producto)	126,33	126,48	EN1
Agua			
Agua empleada (miles de m ³)	6.434	5.265	EN8
Agua empleada por tonelada de producto (m ³ /tonelada de producto)	7,92	6,69	EN8
Energía			
Consumo total de energía (gigajulios)	2.971.827	2.863.559	EN3/EN4
Consumo total de energía por tonelada de producto (gigajulios/tonelada de producto)	3,66	3,64	EN3/EN4
Emisiones, vertidos y residuos			
Emisiones directas de CO ₂ (toneladas)	152.834	149.679	EN16
Emisiones directas de CO ₂ por tonelada de producto (kg de CO ₂ /tonelada de producto)	188	199	EN16
Emisiones de CO ₂ en operaciones logísticas (kg de CO ₂ /toneladas de ventas) ⁽⁴⁾	102,05	95,19	EN17/EN29
Agua vertida (miles de m ³)	1.960	1.912	EN21
Agua vertida por tonelada de producto (m ³ /tonelada de producto)	2,41	2,43	EN21
Residuos totales (toneladas)	5.143	2.284	EN22
Residuos por tonelada de producto (kg/tonelada de producto)	6,33	2,90	EN22
Subproductos para valorización (toneladas)	95.734	75.967	EN22
Subproductos por tonelada de producto (kg/tonelada de producto)	117,90	96,46	EN22

2012 2013 GRI*

DESARROLLO RURAL

Inversión anual en programas de formación para proveedores lecheros (€)	248.000	156.000	
Microcréditos destinados a la mejora de explotaciones lecheras (€)	1.520.000	946.000	
Ganaderos lecheros formados mediante programas de desarrollo de las capacidades	512	497	
Proveedores lecheros verificados respecto a seguridad, calidad y procesamiento	512	497	

EQUIPO HUMANO

Total de plantilla (plantilla media anual)	5.812	5.666	LA1
Plantilla media anual (hombres/mujeres)	3.770/2.042	3.647/2.019	LA1
Tasa total de rotación de empleados (%)	0,5	0,7	LA2
Promedio de antigüedad (años de permanencia en la empresa)	16	14,3	
Índice de absentismo total (porcentaje de horas de absentismo / total de horas trabajadas)	3,26	3,47	LA7
Auditorías CARE: no conformidades graves y críticas en materia de seguridad y salud laboral, medio ambiente, integridad en el negocio y relaciones laborales (%)	0	0	
Tasa total de nuevas contrataciones de empleados (%)	5,4	3,3	LA2
Plantilla con contrato indefinido (%)	90,89	92,5	LA1

Formación

Total de horas de formación	180.164	152.215	
Horas de formación por empleado	31	27	LA10

Desarrollo profesional

Personal promocionado (%)	5,65	7,45	
Personal promocionado por sexos (hombre/mujer) (%)	71/29	68/32	
Mujeres en puestos de liderazgo (%)	25	25	LA13

Salud y seguridad laboral (prevención de riesgos laborales)

Muertes de empleados y contratistas	0	0	LA7
Índice de frecuencia de accidentes con baja de empleados y contratistas (número de accidentes con baja x 1.000.000 / número de horas trabajadas)	4,90	4,21	LA7
Índice total de frecuencia de accidentes de empleados y contratistas (número de accidentes con y sin baja x 1.000.000 / número de horas trabajadas)	6,13	5,22	LA7

Conciliación de la vida personal y profesional

Empleados con posibilidad de acogerse a alguna medida de conciliación (%)	100	100	LA3
---	-----	-----	-----

Diversidad

Equivalente de empleo a discapacitados (incluidas las medidas alternativas LISMI) (%)	2,57	2,56	
---	------	------	--

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

(1) Estos datos no incluyen Nespresso.

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

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

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

Í N D I C E

	Alcance y proceso de elaboración del Informe sobre Creación de Valor Compartido 2013	01
	La visión de Laurent Dereux, director general de Nestlé España	02
	Nestlé en el mundo y en España.....	04
	Nestlé en la sociedad: Creación de Valor Compartido	18
	Nutrición, salud y bienestar	30
	Sostenibilidad ambiental y gestión del agua	40
	Desarrollo rural	52
	Equipo humano	60
	Acción social	70
	Principales retos de Nestlé	78



Alcance y proceso de elaboración del Informe sobre Creación de Valor Compartido 2013

Este Informe sobre Creación de Valor Compartido tiene como objetivo proporcionar una visión del desempeño de Nestlé en España, centrándose en el impacto de la organización en los ámbitos económico, ambiental y social, así como en la generación de valor a largo plazo para los grupos de interés. Con este fin, el informe recoge todos aquellos aspectos e iniciativas que pueden ser considerados como relevantes tanto a nivel externo como interno.

El informe pretende, además, aportar una visión de conjunto de la contribución de Nestlé a la Creación de Valor Compartido en un contexto geográfico específicamente español. En este sentido, se ofrece información referente a las actuaciones llevadas a cabo por la compañía durante 2013, tanto las más recientes como otras que ya han sido publicadas a lo largo del ejercicio a través de notas de prensa o de los «Cuadernos de reflexión en torno a la práctica empresarial responsable». Asimismo, se incluye también información sobre las prácticas de Nestlé a nivel internacional en aquellos temas en los que se ha considerado importante contextualizar las actuaciones de Nestlé en España. Todo este contenido se complementa con un

listado de *websites* de interés al final del informe en las que se puede encontrar información ampliada referente a la Creación de Valor Compartido.

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

Desde el año 2012, Nestlé trabaja para alinearse con las directrices del Global Reporting Initiative (GRI), tanto en enfoque como en indicadores. De los indicadores clave que se presentan al principio del informe, 42 corresponden a indicadores GRI.

El contenido y los datos recogidos en este informe se refieren, salvo algunas excepciones indicadas, a todas las sociedades controladas por Nestlé en España: Nestlé España, S.A.; Productos del Café, S.A.; Helados y Postres, S.A.; Davigel España, S.A.; Nestlé Purina PetCare España, S.A.; Nestlé Waters España, S.A.; Aquarel Ibérica, S.A.; Nestlé Healthcare Nutrition S.A., y Cereal Partners España, AEIE (50%). El hecho de que algunos indicadores que aparecen en el informe se circunscriban a

determinadas sociedades del Grupo, y no a todo el conjunto, se debe a que en dichos casos no existe unificación en el criterio de cálculo de los datos reportados por parte de todas las sociedades, por lo que se ha optado por reflejarlos parcialmente. Precisamente, uno de los objetivos es que en el futuro se puedan homogeneizar y completar los indicadores de gestión para todas las sociedades de Nestlé que operan en España.

Como se ha dicho, todas las operaciones y acciones descritas, salvo que se indique lo contrario, hacen referencia al año natural 2013, independientemente de que se incluya información adicional histórica y de contexto.

Tanto en la información cualitativa como en los indicadores de carácter cuantitativo, se ha tratado de mantener criterios de homogeneidad con otros informes y memorias de ámbito mundial publicadas por Nestlé, S.A. De este modo, es posible ampliar la información nacional con la de ámbito global, comparar esta información de forma coherente y evaluar el rendimiento en España frente a la evolución de la compañía a escala mundial.



Compromiso con la nutrición, la eficiencia y el equipo humano

Laurent Dereux,
director general de Nestlé España

En 2010, Nestlé España decidió publicar su primer Informe de Creación de Valor Compartido, pero éste es el primero bajo su responsabilidad desde que fue nombrado director general a finales de 2013. ¿Cuál es el objetivo de la publicación?

Nestlé, a nivel global, viene publicando cada año, desde 2006, un informe de Creación de Valor Compartido, aunque en realidad en 2002 editó su primer informe sobre sostenibilidad. Pero fue en 2006 cuando se introdujo el concepto de Creación de Valor Compartido.

La importancia del mercado español dentro del conjunto de operaciones de Nestlé, y su larga trayectoria en el territorio nacional desde la edificación de su primera fábrica en 1905, hacían necesario plasmar en un único documento el desempeño económico, social y medioambiental de la compañía en España. La voluntad de transparencia

y de colaboración con nuestros grupos de interés guía la elaboración de este informe que, en definitiva, debe servir para que todos aquellos que se relacionan con nosotros nos conozcan mejor.

El concepto de Creación de Valor Compartido está ya muy extendido entre el mundo empresarial. ¿Ha desbancado al de responsabilidad social corporativa (RSC)?

La RSC es un concepto vivo, que evoluciona y debe responder a las situaciones que se producen en cada momento concreto. Al principio se asociaba a acción social, como una vía de reforzar la imagen de las compañías a corto plazo, como la respuesta a sus actuaciones empresariales. En muchas ocasiones, dichas acciones nada tenían que ver con el ámbito de actuación de la empresa.

Luego la RSC se llevó al terreno de los riesgos y las oportunidades, con lo

«La Creación de Valor Compartido es la respuesta a los retos de la sociedad por parte de la empresa y un *driver* de su competitividad y de su sostenibilidad económica, social y medioambiental»

cual se ligaba al quehacer de la empresa, pero todavía de una manera reactiva y cortoplacista.

No entro a valorar si la Creación de Valor Compartido es la evolución del concepto de RSC, pero lo cierto es que considera que la RSC no es algo ajeno o añadido a la actividad empresarial, sino que se trata de la

actividad de la compañía en sí misma, pero realizada pensando en la sociedad y en la empresa, para conseguir generar valor para ambos a largo plazo. La Creación de Valor Compartido es la respuesta a los retos de la sociedad por parte de la empresa y un *driver* de su competitividad y de su sostenibilidad económica, social y medioambiental.

Nestlé, a nivel global, ha identificado sus tres áreas clave en la Creación de Valor Compartido: la nutrición, la gestión del agua y el desarrollo rural. ¿Es así también en Nestlé España?

Sí, aunque es cierto que a nivel local hay determinados ámbitos sobre los que podemos actuar más, sobre los que tenemos una gestión directa. Es el caso del ámbito de la nutrición, donde tenemos un firme compromiso de mejorar la nutrición, la salud y el bienestar de las personas mediante una oferta de productos saludables y sabrosos, y a través de la educación nutricional a los niños y la promoción de la actividad física y de los hábitos de vida saludables. Todas estas obligaciones que nos hemos autoimpuesto las hemos plasmado en los 10 Compromisos Nutricionales de Nestlé en España, que presentamos en 2013.

¿Y en gestión del agua y desarrollo rural?

Nos centramos en la eficiencia hídrica en nuestras operaciones fabriles. Cada año establecemos unos objetivos ambiciosos en cuanto a reducción del consumo de agua para elaborar los productos en nuestras fábricas. Por poner sólo un ejemplo, en poco más de un año en nuestra

fábrica de La Penilla, en Cantabria, se ha logrado reducir el consumo de agua por tonelada de producto en más del 66%, pasando de 72 metros cúbicos de agua por tonelada de producto elaborado a sólo 24,5, lo que significa un ahorro de agua equivalente a 1.350 piscinas olímpicas.

En cuanto a la relación con nuestros proveedores agrícolas, lo cierto es que en el caso de las materias primas más importantes –cacao, café, azúcar– no tenemos la gestión directa. Pero sí en el caso de la leche para elaborar nuestros productos lácteos y chocolates. Nos proveemos de leche fresca exclusivamente de ganaderos de Galicia, Asturias y Cantabria, y establecemos relaciones con ellos a largo plazo. Nestlé ofrece a los ganaderos asistencia técnica y los apoya mediante la concesión de microcréditos para la renovación de equipos.

¿Cuáles son sus prioridades para el mercado español?

Las prioridades siguen siendo las mismas que en los años precedentes: convertir a Nestlé en la empresa preferida por el consumidor por su compromiso con la calidad y la nutrición, la salud y el bienestar; acelerar la eficiencia de nuestros procesos, reinvertiendo los ahorros en aquello que tiene valor para el consumidor; alcanzar un crecimiento sostenible pese a la difícil situación económica; y conseguir crear equipos de alto rendimiento comprometidos con la empresa y capacitados para lograr el éxito. Sin embargo, hay que enfocar determinados aspectos de manera diferente.

«El mundo globalizado exige, hoy, personas con mayor capacidad de adaptación al cambio, creativas en sus planteamientos, ágiles en la ejecución y responsables de sus actos»

¿Dónde pondrá el foco en 2014?

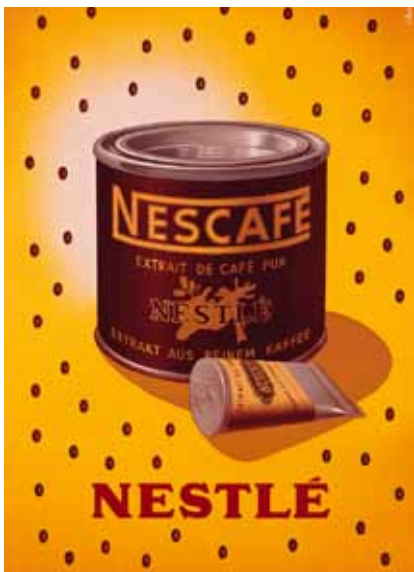
Hemos de asegurar que las innovaciones son relevantes para el consumidor y elevar el porcentaje de lanzamientos exitosos. También es vital fortalecer las marcas clave, que constituyen el músculo que permite dotar de más recursos a la actividad comercial. Y debemos ser más ambiciosos en comunicar los esfuerzos que llevamos años haciendo por ofrecer una gama de productos saludables. Todo ello sin olvidar que nuestros procesos deben ser más simples y que la base de nuestro éxito se encuentra en manos de cada una de las personas que trabajan en Nestlé. El reto de cualquier organización es conseguir sacar lo mejor de cada empleado, dotarlo de más poder de decisión y aprender a trabajar mejor en equipo. El mundo globalizado exige, hoy, personas con mayor capacidad de adaptación al cambio, creativas en sus planteamientos, ágiles en la ejecución y responsables de sus actos.



**Nestlé en el mundo
y en España**



- 06** Nestlé, líder en su sector a nivel mundial
- 08** Estrategia de Nestlé
- 08** Nestlé en España
- 10** Hechos relevantes de 2013
- 11** Organización de Nestlé en España
- 13** Equipo humano
- 14** Fechas clave de la historia de Nestlé en España
- 15** Principales marcas
- 16** Innovaciones en producto más destacadas



Nestlé, líder en su sector a nivel mundial

La historia de Nestlé comenzó en 1866, cuando en la localidad suiza de Vevey el fundador de la compañía, el farmacéutico alemán Henri Nestlé, elaboró en su laboratorio una harina lacteada, compuesta por leche de vaca, harina de trigo y azúcar, con el fin de salvar la vida del hijo de un amigo. Desde entonces, la nutrición, la salud y el bienestar de las personas han sido la piedra angular de Nestlé.

Según Peter Brabeck-Letmathe, presidente de Nestlé, a Henri Nestlé se le debe más que el nombre de la empresa, su logotipo y su primer producto de alimentación infantil. Henri Nestlé encarna muchas de las actitudes y valores fundamentales que forman parte de la cultura

corporativa de la compañía: pragmatismo, flexibilidad, voluntad de aprender, una mente abierta y respeto por otros pueblos y culturas.

En la actualidad, Nestlé, cuya sede se encuentra en Vevey (Suiza) es el primer grupo alimentario mundial, opera en casi todo el mundo, y está estructurada en tres áreas geográficas: Europa, América y Asia-África-Oceanía. La compañía da empleo a un total de 333.000 personas.

Las ventas de Nestlé en 2013 ascendieron a **92.200 millones de francos suizos**, un 2,7% más que el año anterior, con un beneficio neto de 14.000 millones de francos suizos.

333.000 empleados en todo el mundo

92.200 millones de francos suizos en ventas

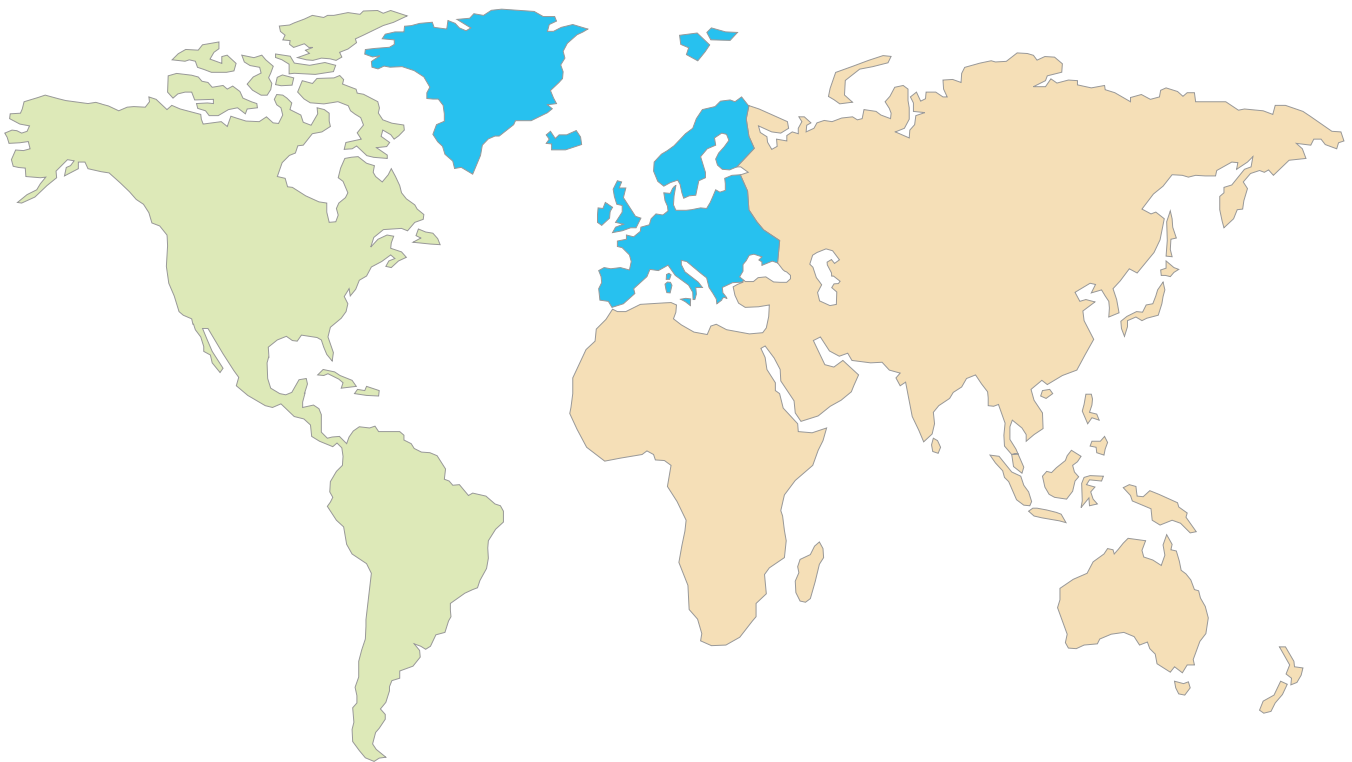
447 fábricas

196 países en los que opera




34 centros de investigación en cuatro continentes



Las ventas mundiales de Nestlé en 2013 subieron un 2,7% y llegaron a 92.000 millones de francos suizos



DATOS POR ÁREAS GEOGRÁFICAS

	Fábricas	Empleados	Ventas
 Europa	140	28,0%	28%
 América	164	32,5%	44%
 Asia-África-Oceanía	143	39,5%	28%

RANKINGS DE NESTLÉ EN EL MUNDO

1ª compañía más admirada a nivel mundial en el sector alimentario de consumo (Fortune). 32ª posición en el ranking general.

5ª marca más querida del mundo según una encuesta realizada por APCO Insight.

9ª compañía según el ranking Global Rep Track 100

19ª compañía a nivel mundial según el ranking The World's Top 50 Most Attractive Employers

39ª posición en el ranking The World's Most Powerful Brands 2013 (Forbes)

40ª posición a nivel mundial según el ranking Brand Finance Global 500



Nestlé opera en casi todo el mundo y está estructurada en tres áreas geográficas: Europa, América y Asia-África-Oceanía



Estrategia de Nestlé

Los objetivos de Nestlé a nivel global son ser reconocida como líder mundial en nutrición, salud y bienestar; lograr la confianza de todos sus grupos de interés, y convertirse en un referente en cuanto a rendimiento financiero.

La hoja de ruta de Nestlé pretende alinear a todos los miembros de la compañía bajo un conjunto de prioridades estratégicas que aceleren el logro de estos objetivos.

Nestlé en España

UN BUEN RESULTADO A PESAR DE LA CRISIS

A pesar del descenso del consumo y de la compleja situación del mercado, **Nestlé España consiguió mantener prácticamente su cifra de negocios en 2013**, que alcanzó los 2.083 millones de euros, apenas un 1% inferior a la del ejercicio anterior y la misma que obtuvo en 2011.

Las ventas realizadas en el mercado español decrecieron un 2,7%,

HOJA DE RUTA DE NESTLÉ



VENTAJAS COMPETITIVAS

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



MOTORES DE CRECIMIENTO

1. Nutrición, salud y bienestar.
2. Países emergentes y productos de precio popular (PPP).
3. Consumo fuera del hogar.
4. Productos Premium.



PILARES DE LAS OPERACIONES

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

situándose en 1.524 millones de euros. En cambio, **las exportaciones crecieron un 3%** y sumaron un total de 559 millones de euros, gracias a la alta competitividad de las 12 fábricas españolas.

En 2013, las exportaciones llegaron a 66 países de todo el mundo y mayoritariamente tuvieron como destino otras empresas del Grupo Nestlé, especialmente de Europa.

El 76% de las exportaciones se concentró en 10 países (Francia, Suiza, Portugal, Reino Unido, Italia, Alemania, Grecia, Egipto, República Checa y Polonia). Por zonas, la mayor concentración se dio en Europa (82%), seguida de África (6%), Oriente Medio (5%) y Asia (3%).

INNOVACIÓN E INVERSIÓN

El peso de la innovación en la cifra de ventas fue similar al del ejercicio anterior y se situó en un 17,8% del total. Por su parte, los productos de posicionamiento popular se mantuvieron estables.

En 2013, Nestlé invirtió en España 48 millones de euros. Del total, 36 millones se destinaron al ámbito de producción y 12 millones al área de administración, ventas y tecnologías de la información.

Las fábricas que recibieron una mayor inversión fueron las de La Penilla (Cantabria) y Girona. Por negocios, las mayores inversiones se destinaron a los de Cafés, Chocolates y Nutrición infantil.



Nestlé en España ha logrado mantener prácticamente su cifra de negocios durante 2013, que alcanzó los 2.083 millones de euros

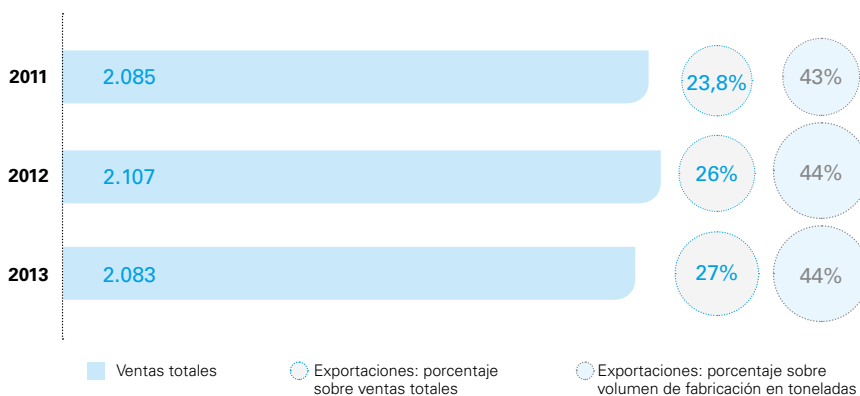
PRINCIPALES DATOS ECONÓMICOS

Millones de euros

Indicadores económicos	2011	2012	2013
Ventas totales	2.085	2.107	2.083
Exportaciones	497	542	559
Inversiones totales	116	98	48
Inversiones industriales	100	83	36
Inversiones no industriales	16	15	12

EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS TOTALES Y LAS EXPORTACIONES

Millones de euros





Hechos relevantes de 2013

El 1 de octubre, **Laurent Dereux**, hasta entonces director general de Nestlé Grecia y responsable de los negocios de Nestlé en la Región Sudeste de Europa, fue nombrado **director general de Nestlé España** en sustitución de Bernard Meunier, que tomó la máxima responsabilidad de Nestlé Purina PetCare Europe.

Nestlé hizo públicos los «**10 Compromisos Nutricionales**», hoja de ruta para contribuir a mejorar el bienestar y la calidad de vida de las personas. Los «10 Compromisos Nutricionales» se agrupan en tres áreas: reformulación de los productos, información y formación al consumidor, y divulgación científica.

En noviembre, Nestlé presentó la **Iniciativa Europea de Empleo Juvenil** «Nestlé needs YOUth», que ofrecerá 10.000 oportunidades de empleo y 10.000 puestos de prácticas y formación para jóvenes europeos menores de 30 años, entre 2014 y 2016. En España, se estima que un total de 1.250 jóvenes se beneficiarán de esta iniciativa en los próximos tres años.

NESCAFÉ, el primer café soluble instantáneo del mundo, **cumplió 75 años** adaptándose al gusto del consumidor e innovando en variedades y procesos. Hoy se consumen más de 5.500 tazas de Nescafé cada segundo en el mundo.

En 1963, Nestlé invitaba a los jóvenes españoles a «chocolatear» con **NESQUIK**, un nuevo producto que se presentaba bajo el eslogan «No se parece a ningún otro», por su capacidad de disolverse al instante tanto en leche caliente como fría. **50 años después** de su lanzamiento, la preferencia de los consumidores ha hecho de NESQUIK un referente en el mercado de cacao soluble en nuestro país.

Nestlé España invirtió 44 millones de euros en la **fábrica de Nestlé en Girona**, dedicada a la producción de café soluble, lo que permitió la introducción de la tecnología más puntera, tanto en lo que se refiere a capacidad de producción como desde un punto de vista medioambiental. Su entrada en funcionamiento ha conllevado una notable reducción en el consumo de agua y energía utilizado en el proceso de fabricación.

La **fábrica de Nestlé en La Penilla (Cantabria)** pasó a ser una de las fábricas de Nestlé más eficientes en todo el mundo en la gestión de recursos hídricos. En apenas un año redujo el consumo de agua por tonelada de producto en más del 60%, el equivalente a 1.400 piscinas olímpicas.

Cruz Roja y Nestlé firmaron un acuerdo de colaboración mediante el cual Nestlé se sumaba al «**Programa de Becas Comedor Escolar**», iniciativa promovida por la institución humanitaria. Nestlé realizó una aportación económica directa a este programa, con la que garantizó un mínimo de 12.500 comidas equilibradas en comedores escolares. Los trabajadores de Nestlé se sumaron al programa con aportaciones económicas a título individual.

Según el **informe de sostenibilidad de Oxfam** «Behind the Brands», Nestlé mantiene la primera posición entre las empresas de alimentación, con un 64%, destacando especialmente la puntuación en sus políticas de desarrollo rural, medioambientales y de mejora de las condiciones de sus trabajadores.

Por tercer año consecutivo, Nestlé fue considerada la **mejor empresa para trabajar de la industria española** de alimentación y bebidas, según el estudio Merco Personas 2013, que identifica las empresas que optimizan la gestión del talento en su organización.



Organización de Nestlé en España

En 1905, Nestlé instaló su primera fábrica en España en La Penilla (Cantabria), dedicada inicialmente a la elaboración de Harina Lacteada Nestlé, y poco después a la de Leche Condensada La Lechera.

Esta actividad tomó entidad jurídica al constituirse en Barcelona, en 1920, la Sociedad Nestlé, Anónima Española de Productos Alimenticios, una denominación que en 1995 se cambió por la de Nestlé España, S.A.

ESTRUCTURA DE NESTLÉ EN ESPAÑA

La compañía está estructurada en **distintas direcciones corporativas y de negocio** que se apoyan entre sí. Las direcciones de ámbito corporativo se ocupan de las áreas de

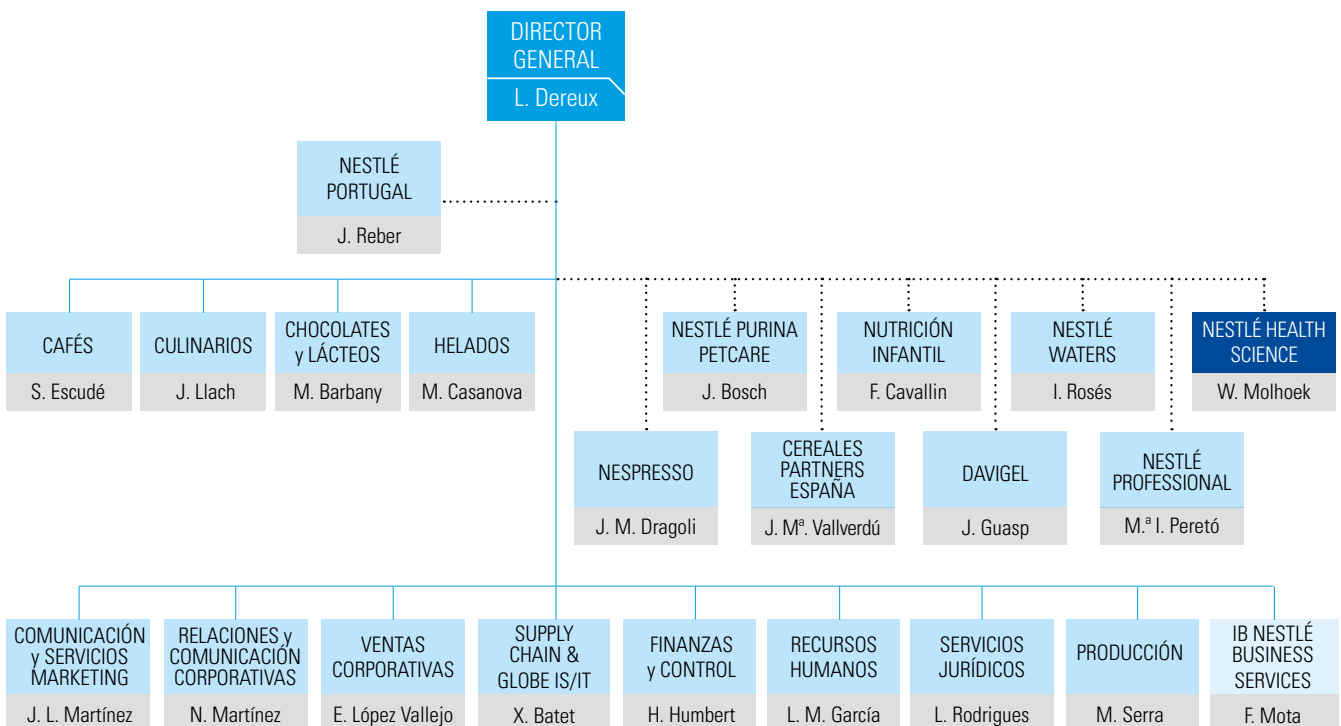
comunicación, finanzas, producción, recursos humanos, *supply chain*, ventas y legal. Algunas de estas direcciones son de ámbito ibérico. Las direcciones de negocio concentran su actividad en la gestión de las distintas gamas de productos.

SOCIEDADES NESTLÉ OPERATIVAS EN ESPAÑA

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



Nestlé está estructurada en distintas direcciones corporativas y de negocio que se apoyan entre sí



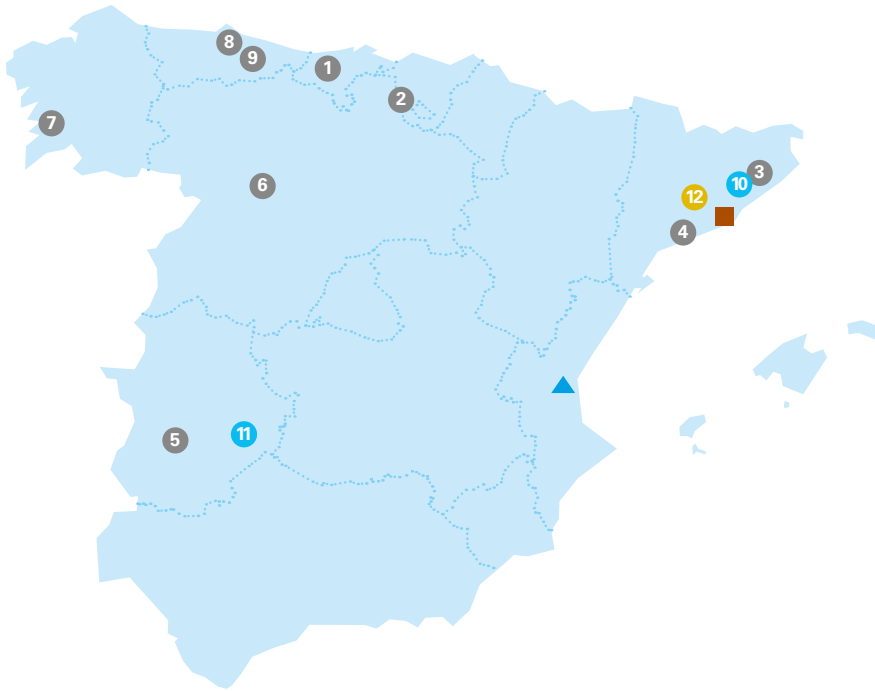
Cargos y sociedades a 1 de enero de 2014.



CENTROS DE PRODUCCIÓN

Nestlé en España dispone de un total de **12 centros de producción** repartidos por siete comunidades autónomas. La sede central está ubicada en Esplugues de Llobregat (Barcelona).

- Nestlé España
- Nestlé Waters
- Nestlé Purina PetCare
- ▲ Oficina de Helados Nestlé
- Oficina Central de Nestlé España S.A.



Nestlé en España dispone de 12 centros de producción en siete comunidades autónomas

CENTROS DE PRODUCCIÓN

PRODUCTOS

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





Equipo humano

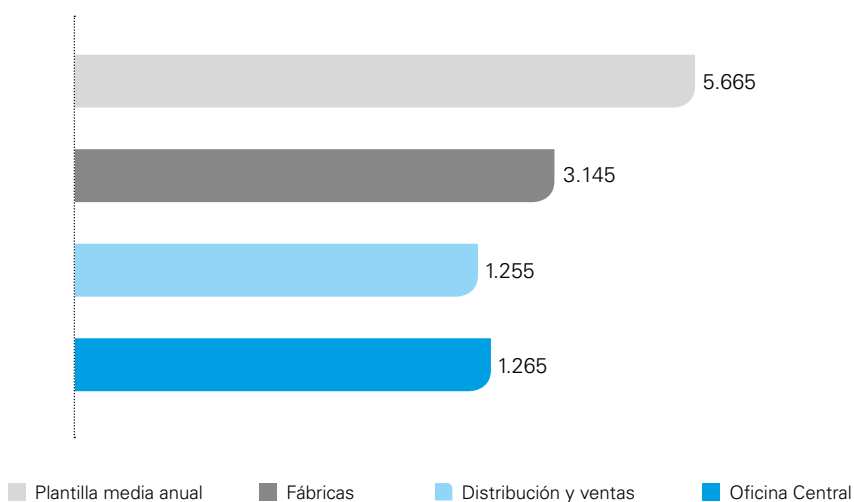
En 2013 la plantilla de Nestlé en España incluía a **5.600 empleados**, con un índice de permanencia en la compañía de 14,3 años de promedio.

La política de promoción interna es clave para el desarrollo de los valores de la empresa. La identificación con dichos valores, junto con el nivel de desempeño y el apoyo de la formación, son la base de una carrera profesional dentro de la compañía.



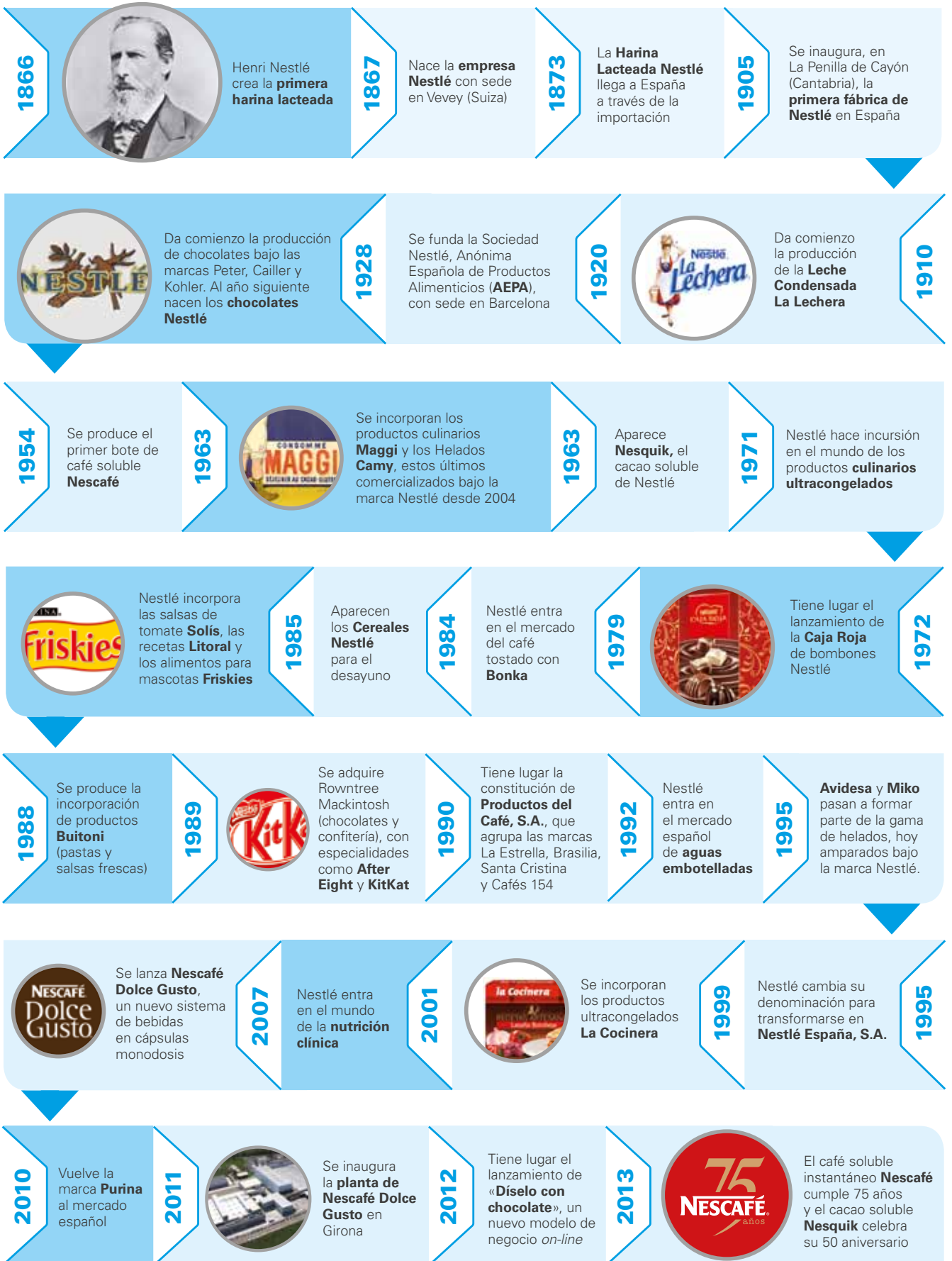
Nestlé ofrece oportunidades de empleo a personas de formación muy diversa

PLANTILLA MEDIA ANUAL DE 2013





Fechas clave de la historia de Nestlé en España



Principales marcas

CHOCOLATES



CEREALES



HELADOS



CAFÉS



ALIMENTOS PARA MASCOTAS



AGUAS EMBOTELLADAS



CULINARIOS



LÁCTEOS



ALIMENTACIÓN INFANTIL



FUERA DEL HOGAR





Innovaciones en producto más destacadas

CHOCOLATES

- > Tabletas rellenas
- > Nestlé Chocotubs
- > Nestlé Caja Roja La Bombonería
- > Kit Kat Cookies and Cream



CEREALES

- > Chocapic Choco Avellana



CAFÉS

- > Nespresso (cafeteras Maestria)
- > Máquina Nespresso Inissia
- > Nespresso Linizio Lungo
- > Nespresso Grand Crus Kazaar y Dharkan
- > Tofina
- > Marrakesh Style Tea NDG



LÁCTEOS

- > Postres La Lechera
- > Nesquik Extrachoc
- > Nesquik con Opti Start



ALIMENTOS PARA MASCOTAS

- > Pro Plan Duo Delice
- > Purina One my dog is
- > Friskies Omega
- > Friskies Elementia (accesorios)
- > Gourmet Diamand



ALIMENTACIÓN INFANTIL

- > Nan 1 y 2 H.A.
- > Nan 4
- > Nidina 4
- > Gama papillas de cereales con yogur y fruta
- > Nestum Fórmulas Solución
- > Iogolino galleta y cacao



HELADOS

- > Cono Maxibon Cheesecake
- > Maxibon Brownie
- > Pirulo Chispazo
- > La Lechera FrappeYogur
- > La Lechera Yogur (*tubs*)
- > Nueva gama de *tubs* y *cups* de Nestlé GOLD



CULINARIOS

- > Pavo La Cocinera
- > Tomate frito estilo casero Solís 0%
- > Maggi Jugoso a la sartén
- > Pizzas Buitoni Forno di Pietra



NESTLÉ PROFESSIONAL

- > Kit Kat Pop Choc



AGUAS

- > Nueva botella de 2 l de Aquarel
- > Acqua Tonica San Pellegrino



DAVIGEL

- > Guarniciones: verduras crujientes sabor de las Indias
- > Platos cocinados: porción de pescado blanco con almendras
- > Pescados elaborados: filete de pescado blanco con *crumble*



- > Alfamino





NESTLÉ EN LA SOCIEDAD:
**Creación de Valor
Compartido**



- 20** Creación de Valor Compartido: un *driver* de competitividad
- 22** *Compliance*: en el marco de la legalidad
- 25** Diálogo con los grupos de interés
- 27** Nestlé, bien valorada en los rankings de reputación
- 29** Mi visión de la Creación de Valor Compartido



Creación de Valor Compartido: un *driver* de competitividad

Nestlé considera que para que una empresa tenga éxito a largo plazo y genere valor para los accionistas debe, además, crear valor para la sociedad. Es lo que la compañía denomina Creación de Valor Compartido, una filosofía que actúa como *driver* de competitividad de Nestlé.

La Creación de Valor Compartido empieza por entender que, para que el negocio prospere, las comunidades a las que sirve también deben hacerlo. En este sentido, Nestlé crea ventajas competitivas, que a su vez se traducen en mejores resultados para los accionistas, mediante una serie de acciones que abordan los principales desafíos a nivel social y medioambiental:

- > Desarrollo de productos y servicios que satisfagan las necesidades de la sociedad en los países desarrollados y en vías de desarrollo.
- > Empleo de los recursos de un modo más eficiente a lo largo de toda la cadena de valor.

- > Mejora de las condiciones para el desarrollo local a nivel económico y social.

Las áreas en las que Nestlé centra su cometido para la Creación de Valor Compartido son:

- > La **nutrición**: suministrando productos nutritivos que aporten beneficios reales a la salud de los consumidores, y haciendo más asequibles y accesibles estos productos mediante la innovación.
- > El **agua**, abogando por la protección de los recursos hídricos y empleándolos con mayor eficiencia en sus procesos de fabricación y distribución, de forma que también se beneficie a terceros en la cadena de suministro.
- > El **desarrollo rural**, apoyando el desarrollo agrícola en zonas rurales donde crecen las materias primas que la compañía necesita.



«En Nestlé todo gira en torno a la calidad de vida y la nutrición; ésta es nuestra razón de ser como empresa. Pero la importancia de esto es el valor que crea para los consumidores, la sociedad y nuestro negocio».

Paul Bulcke, Consejero Delegado de Nestlé

SOSTENIBILIDAD Y COMPLIANCE: LAS BASES DE LA CREACIÓN DE VALOR COMPARTIDO

La Creación de Valor Compartido se asienta sobre el compromiso de Nestlé con el **cumplimiento de las buenas prácticas y la sostenibilidad**, dos factores importantes a la hora de mitigar los riesgos del negocio, proteger su reputación y, en el caso de la sostenibilidad, limitar el impacto de las operaciones.

Se trata de una **estructura piramidal** en la que la sostenibilidad y el *compliance* constituyen los cimientos sobre los que se edifican las acciones para crear valor compartido en los tres ámbitos de actuación: nutrición, agua y desarrollo rural.

Nestlé gestiona activamente sus compromisos de sostenibilidad

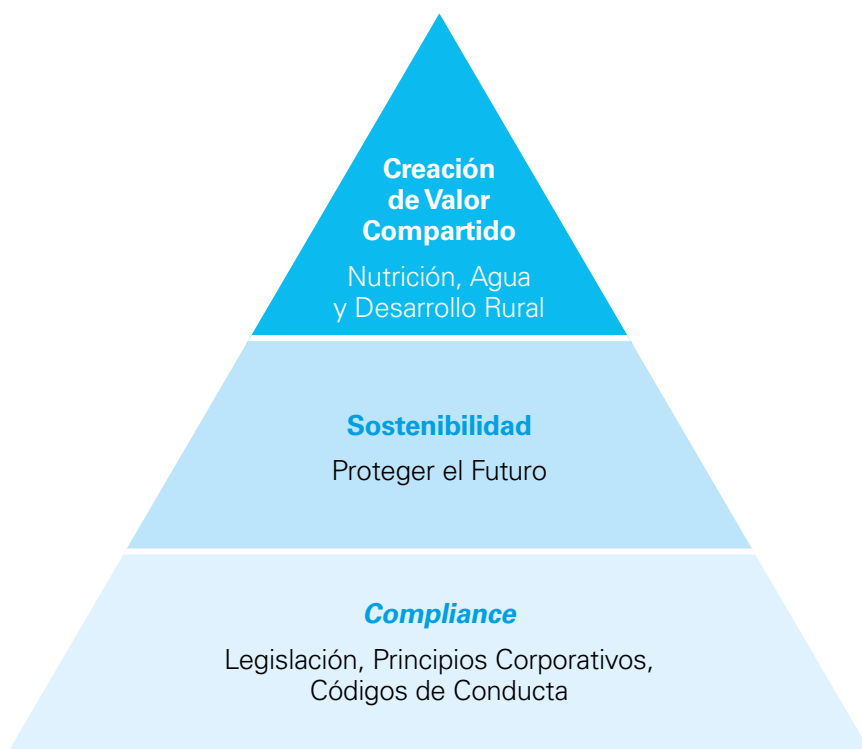
económica, social y ambiental, necesarios para la explotación de sus fábricas y para que las comunidades en las que opera crezcan y se desarrollen de modo sostenible. Esto implica una sólida formación y educación de las personas y grandes inversiones en tecnología de menor impacto medioambiental.

La compañía lleva a cabo distintas acciones con el objetivo de reducir el consumo de los recursos naturales, como el agua o la energía, y de asegurar que estos recursos tengan su origen en prácticas sostenibles.

Por otra parte, la Creación de Valor Compartido obliga a Nestlé a cumplir con las **normas de práctica empresarial** más exigentes, incluyendo tanto los códigos y normas internacionales como el Código de Conducta Empresarial de Nestlé, sus Principios Empresariales Corporativos y sus Principios de Gestión y Liderazgo.



La Creación de Valor Compartido de Nestlé se asienta sobre su compromiso con las buenas prácticas y la sostenibilidad





COMPLIANCE



Nestlé actúa con honestidad, integridad y respeto por las leyes y reglamentos internacionales y nacionales, así como por las normas internas de la compañía

Compliance: en el marco de la legalidad

Nestlé desarrolla su actividad bajo el paraguas de un estricto *compliance* que asegura que la empresa actúa con honestidad, integridad y **respeto por las leyes y reglamentos internacionales y nacionales**, así como por las normas internas de la compañía, que se basan en los Principios Corporativos Empresariales de Nestlé, el Código de Conducta Empresarial y otros documentos.

El objetivo es proteger la reputación de Nestlé y ganarse la confianza de los consumidores, los clientes, los proveedores y los inversores, algo que repercute positivamente en los resultados de la compañía y en el valor de sus acciones.

CÓDIGO DE CONDUCTA EMPRESARIAL DE NESTLÉ

Aprobado en 2007, el Código de Conducta Empresarial de Nestlé consta de 14 artículos que suponen una **guía para los trabajadores sobre las conductas que deben seguir en el ámbito empresarial**. El Código abarca aspectos como el rechazo a toda forma de corrupción, el rigor que debe presidir en las prácticas de contratación justas o la defensa de la libre competencia, entre otros.

Durante el año 2013, el Comité de Compliance de Nestlé en España puso el acento en el desarrollo de temas relacionados con la privacidad

de los datos personales. Para ello, se procedió a la revisión exhaustiva de los mecanismos existentes y a la asignación clara de responsabilidades en todas las compañías del Grupo en nuestro país. Se seleccionaron una veintena de responsables, representantes de cada dirección y negocio, a los que se impartieron sesiones de formación en política de privacidad de datos personales.

PRINCIPIOS CORPORATIVOS EMPRESARIALES DE NESTLÉ

Desde hace más de 145 años, Nestlé defiende un sólido conjunto de valores que se reflejan en sus Principios Corporativos Empresariales y que constituyen la base de su cultura de empresa. Los Principios Corporativos han evolucionado y se han ido adaptando a un mundo cambiante, pero los fundamentos básicos no han variado desde los orígenes de la empresa y reflejan las ideas básicas de justicia, honestidad y una preocupación general por las personas.

Durante el año 2013 se puso en marcha una **campaña interna** –que continuará en 2014– cuyo objetivo es realizar un repaso completo e intenso de los Principios Corporativos de Nestlé. Concretamente, en 2013 y en línea con las prioridades del mercado, la iniciativa se centró en el grupo de principios relativo a los consumidores y el medio ambiente.

RESPONSIBLE SOURCING AUDIT

La iniciativa Responsible Sourcing Audit de Nestlé –que se lleva a cabo desde 2012– implica la realización de **auditorías éticas** con el objetivo de verificar que los proveedores de Nestlé cumplen los estándares de trabajo e integridad empresarial, así como de salud, seguridad laboral y medioambiente.

Las auditorías son realizadas por empresas auditoras externas (SGS, Bureau Veritas e Intertek) y el hallazgo de un único *gap* en los aspectos analizados supone que el proveedor se considere no *compliance* y que

deba subsanar la situación en un período que va de los 90 días para los casos más leves hasta los 30 para los *gaps* críticos. El objetivo es trabajar con proveedores que, a imagen de Nestlé, cumplan con los más altos estándares de calidad y conducta. La consecuencia de encontrar *gaps* críticos en una auditoría conlleva dejar de trabajar con Nestlé por no cumplir el nivel exigido.

Durante el año 2013 se ha auditado a 55 proveedores en España y Portugal y a final de 2015 está previsto que hayan sido auditados 150. El objetivo es que en 2015 10.000 proveedores a nivel mundial (750 en Europa) hayan aprobado este tipo de auditorías.



PRINCIPIOS CORPORATIVOS EMPRESARIALES DE NESTLÉ

1. Nutrición, Salud y Bienestar

El objetivo es mejorar la calidad de vida de los consumidores ofreciéndoles una selección de alimentos sabrosos y saludables y fomentando un estilo de vida sano.

2. Garantía de calidad y seguridad de los productos

La marca Nestlé representa la promesa al consumidor de que sus productos son seguros y de calidad.

3. Comunicación con el consumidor

A través de una comunicación responsable con el consumidor, Nestlé le ayuda a ejercer su derecho a una elección informada y que promueva una dieta sana.

4. Derechos humanos en la actividad empresarial

Nestlé pretende ofrecer un ejemplo de buenas prácticas laborales y de derechos humanos en todas sus actividades empresariales.

5. Liderazgo y responsabilidad personal

La compañía contrata a personas competentes y motivadas que respetan los valores de Nestlé y les ofrece igualdad de oportunidades de desarrollo profesional.

6. Seguridad y salud en el trabajo

Nestlé está comprometida con la prevención de accidentes y enfermedades laborales, y con la protección de sus empleados.

7. Relaciones con proveedores y clientes

La relación de Nestlé con proveedores, empleados y clientes se basa en la honestidad, la integridad y la justicia, así como en el respeto a las normas de la compañía.

8. Agricultura y desarrollo rural

Nestlé contribuye a mejorar la producción agrícola, el nivel social y económico de los agricultores y los sistemas de producción para hacerlos más sostenibles.

9. Sostenibilidad medioambiental

La compañía se esfuerza por emplear de forma eficiente los recursos naturales en todas las fases del ciclo de vida de sus productos.

10. El agua

El compromiso de Nestlé se basa en utilizar el agua de forma sostenible y en mejorar continuamente su gestión.



NESTLÉ, LA PRIMERA GRAN EMPRESA QUE LANZA UN LIBRO BLANCO DE LOS DERECHOS HUMANOS

Coincidiendo con el Día Internacional de los Derechos Humanos, Nestlé presentó en diciembre de 2013 —en el marco del Foro Anual sobre Empresas y Derechos Humanos celebrado en Ginebra— su Libro Blanco sobre Derechos Humanos, convirtiéndose así en la primera gran empresa que edita un libro de estas características sobre el impacto y la gestión de su política de derechos humanos en algunos de los países en los que actúa.

A partir de la evaluación del impacto de los derechos humanos realizada en colaboración con el Instituto Danés de Derechos Humanos en Angola, Colombia, Kazajstán, Nigeria, Rusia, Sri Lanka y Uzbekistán, el Libro se centra en las acciones emprendidas por Nestlé para mejorar su gestión de los derechos humanos a nivel corporativo y operacional.

Según Allan Lerberg Jorgensen, director de derechos humanos y empresariales del Instituto Danés de los Derechos Humanos, la obra representa «un gran avance en el campo de los derechos humanos y de los negocios. Nestlé merece todo el crédito por ser la primera multinacional en dar este paso».



Talking the Human Rights Walk

Nestlé's Experience Assessing Human Rights Impacts in its Business Activities



Este libro representa «un gran avance en el campo de los derechos humanos y de los negocios»

Allan Lerberg
director del Instituto Danés
de los Derechos Humanos

Diálogo con los grupos de interés

El diálogo efectivo de Nestlé con sus grupos de interés es básico para crear valor compartido. El programa de compromiso de la compañía con estos grupos ayuda a responder a los retos compartidos, mejora el rendimiento y, en última instancia, refuerza la acción colectiva.

FORO NESTLÉ DE CREACIÓN DE VALOR COMPARTIDO 2013

Bajo la premisa de divulgar a la sociedad su filosofía de Creación de Valor Compartido, Nestlé organiza desde 2008 el Foro Global de Creación de Valor Compartido, que en 2013 celebró su quinta edición en Colombia el día 28 de octubre.

El lema de esta edición del foro, organizado con la colaboración del Inter-American Development Bank, fue «**Creación de Valor**

Compartido: el papel cambiante de las empresas en el desarrollo».

El encuentro reunió a más de 20 expertos y a algunos de los principales líderes empresariales, miembros de la sociedad civil y dirigentes de América Latina para discutir acerca de cómo acelerar el desarrollo sostenible.

Se habló de los retos que plantea la nutrición en el continente americano y de su conexión con el agua, el medio ambiente y la cadena de suministro.

Unos 300 invitados de América Latina y otros continentes estuvieron presentes para entablar un debate con los ponentes durante el foro, que fue retransmitido en directo. Además, los usuarios del *webcast* tuvieron la oportunidad de dirigir sus preguntas a los ponentes a través de una dirección de correo electrónico.



El tema del Foro Global Nestlé de Creación de Valor Compartido 2013 fue el papel cambiante de las empresas en el desarrollo



MATRIZ DE MATERIALIDAD DE NESTLÉ DE 2013

+ MAYOR PREOCUPACIÓN PARA LOS GRUPOS DE INTERÉS		<ul style="list-style-type: none"> ● Cambio climático ● Políticas públicas, promoción y presión 	<ul style="list-style-type: none"> ● Abastecimiento y trazabilidad ● Derechos humanos ● Etiquetado de productos ● Gestión del agua ● Integridad en los negocios ● Marketing y comunicaciones de productos ● Residuos alimentarios ● Seguridad alimentaria y nutrición ● Seguridad de los alimentos ● Sobrealimentación y desnutrición
+ <ul style="list-style-type: none"> ● Bienestar de los animales 		<ul style="list-style-type: none"> ● Capital natural ● Empoderamiento e igualdad de la mujer ● Producción 	<ul style="list-style-type: none"> ● Desarrollo rural ● Envasado ● Gobierno y transparencia ● Relaciones comunitarias ● Relaciones con empleados
+		<ul style="list-style-type: none"> ● Transporte y distribución 	<ul style="list-style-type: none"> ● Seguridad y salud laboral
AUMENTO DEL IMPACTO O IMPACTO ACTUAL EN NESTLÉ			
Dirección futura: <ul style="list-style-type: none"> ● Mayor preocupación de los grupos de interés y mayor impacto comercial ● Preocupación de los grupos de interés e impacto comercial invariable ● Mayor preocupación de los grupos de interés 			

MATERIALIDAD

Desde 2006, Nestlé S.A. determina periódicamente qué cuestiones económicas, sociales y medioambientales preocupan más a sus grupos de interés externos y cuáles presentan riesgos u oportunidades para la compañía.

Es lo que se denomina realizar un análisis de materialidad, algo que no solo ayuda a identificar los temas que los grupos de interés desean que cubra la información de Nestlé, sino también a decidir hacia dónde enfocar los recursos internos de la empresa.



El análisis de materialidad ayuda a identificar los temas que los grupos de interés desean que cubra la información de Nestlé



Para ampliar información sobre este aspecto, se puede consultar el informe «Nestlé en la sociedad» de 2013, página 30.

Nestlé, bien valorada en los rankings de reputación

INTERNACIONALES

PRIMERA POSICIÓN EN EL INFORME «BEHIND THE BRANDS» DE OXFAM

La organización no gubernamental Oxfam puntúa tres veces al año (en febrero, en junio y en septiembre) a 10 compañías del sector de la alimentación y bebidas basándose en sus esfuerzos por mejorar la seguridad y la sostenibilidad alimentaria.

Mediante el **estudio «Behind the Brands»** («Tras las marcas») Oxfam califica a las compañías según sus políticas en siete áreas: transparencia, agricultores, mujeres, trabajadores, acceso a la tierra, recursos hídricos y cambio climático.

En el informe de febrero de 2013, Nestlé logró un resultado global del 54%, mientras que en el de septiembre del mismo año mejoró sustancialmente su puntuación, alcanzando un 61%.

Nestlé mejoró especialmente su puntuación en sus políticas de desarrollo rural, medioambiente y mejora de las condiciones de sus trabajadores. Oxfam valoró positivamente las modificaciones que Nestlé ha llevado a cabo en sus directrices en favor de un suministro sostenible. Éstas hacen de Nestlé la primera firma alimentaria que garantiza que sus proveedores de materias primas (azúcar, soja, aceite de palma, etc.) disponen del consentimiento de sus respectivas comunidades antes de firmar contratos de explotación de la tierra.

Además, Oxfam reconoció que Nestlé respeta los derechos de sus empleados, los convenios laborales internacionales y las directrices de las Naciones Unidas para el sector empresarial.

En relación con las políticas medioambientales, la organización manifestó que Nestlé está concienciada con el cambio climático

y valoró sus exigencias a los proveedores para que reduzcan sus emisiones.

QUINTA MARCA MÁS QUERIDA DEL MUNDO

Una encuesta realizada en 2013 por la consultora internacional **APCO Insight**, entre 70.000 consumidores de 15 grandes mercados sitúa a Nestlé como la quinta marca más querida del mundo.

LÍDER EN LOS PRINCIPALES ÍNDICES DE SOSTENIBILIDAD

En 2013 Nestlé se ha situado, por primera vez, como compañía alimentaria líder en el **Índice de Sostenibilidad del Dow Jones**, con una puntuación del 88%, el doble que el promedio del sector.

La empresa también ha logrado la máxima puntuación por segundo año consecutivo en el **Climate Disclosure Leaders Index** y el **Climate Performance Leadership Index de CDP**, ambos publicados en el Informe Global 500 sobre Cambio Climático de 2013.



Oxfam valoró muy positivamente a Nestlé en sus políticas en siete áreas: transparencia, agricultores, mujeres, trabajadores, acceso a la tierra, recursos hídricos y cambio climático





UNA DE LAS «MEJORES MARCAS VERDES DEL MUNDO»

El informe **Best Global Green Brands 2013**, realizado por la consultora Interbrand, ha nombrado a Nestlé una de las mejores marcas verdes del mundo, situándola en el puesto número 14 entre las 50 marcas seleccionadas.

LA EMPRESA MÁS ADMIRADA DEL SECTOR ALIMENTARIO

Por octavo año consecutivo, Nestlé ha sido elegida la empresa líder en el sector alimentario en el ranking de las «50 empresas más admiradas a nivel mundial» realizado por la revista **Fortune** en 2013.

En la clasificación general, la compañía ocupa el puesto número 32, con una calificación de 8,10 puntos.

NACIONALES

MEJOR EMPRESA PARA TRABAJAR DEL SECTOR DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS

Nestlé ha sido considerada, por tercer año consecutivo, la mejor empresa para trabajar de la industria española

de alimentación y bebidas según el estudio **Merco Personas 2013**, que identifica a las empresas que optimizan la gestión del talento en su organización.

Por otra parte, el estudio de la consultora de recursos humanos **Randstad** ha situado a Nestlé en el tercer puesto de las empresas más atractivas para trabajar dentro de ese sector.

TERCERA POSICIÓN EN EL ESTUDIO MERCOS EMPRESAS 2013

Nestlé ha ocupado la tercera posición en el sector de empresas de alimentación y bebidas en España, por octavo año consecutivo. En el ranking general, la compañía se sitúa en el 19º puesto.

LA EMPRESA MÁS VALORADA POR LA CALIDAD DE SUS PRODUCTOS

Según el **estudio KAR** (Key Audience Research) de 2013 de la compañía Ipsos, líder en investigación de mercados, Nestlé es la empresa mejor valorada por la calidad de los productos que fabrica. Además, se consolida como la compañía con mejor reputación.



Por tercer año consecutivo, el estudio Merco Personas ha considerado a Nestlé la mejor empresa para trabajar de la industria española de alimentación y bebidas



Mi visión de la Creación de Valor Compartido

ANA ARAGÓN

Responsable de Nutrición y Salud

«Mi labor en Nestlé es impulsar las acciones encaminadas a reforzar el liderazgo de la compañía en nutrición, salud y bienestar. Con la colaboración y el trabajo conjunto de todos los colaboradores de la empresa, tenemos como objetivo cumplir los 10 Compromisos Nutricionales de Nestlé, recientemente publicados. Así pues, trabajamos con los equipos de producción y marketing para mejorar constantemente los perfiles nutricionales de nuestros productos y para ofrecer una información transparente al consumidor; con los especialistas en comunicación, para transmitir mensajes nutricionales de manera responsable; y con los investigadores de Nestlé, para compartir con la comunidad científica nuestros conocimientos en la materia. Asimismo, mantenemos relaciones con otros socios expertos tanto a nivel científico como institucional, con el objetivo de materializar iniciativas y soportes capaces de difundir hábitos de vida saludables entre la población. Con todo ello, pretendemos crear valor para la sociedad, mejorando su calidad de vida y su bienestar, a la vez que generamos valor para la empresa.»

NEUS MARTÍNEZ

Directora de Comunicación Corporativa

«Cada día más, el ciudadano quiere saber qué hay detrás del producto que compra, es decir, de qué manera gestionan las empresas su actividad. Con las nuevas tecnologías, y ahora aún más con las redes sociales, la comunicación se ha democratizado, y tanto el acceso a la información como la capacidad de influir en los demás está al alcance de cualquier persona, en cualquier punto del planeta. Como profesional de la comunicación, creo firmemente en la necesidad de las empresas, y por supuesto de Nestlé, en comunicar de forma transparente, a los diferentes públicos, sobre nuestros compromisos con la sociedad y sobre los resultados obtenidos en nuestras áreas clave de Creación de Valor Compartido. Además de ganar credibilidad ante el consumidor, y de alimentar la reputación de la compañía, la comunicación es una poderosa herramienta de motivación para alcanzar los objetivos que nos marcamos y, en definitiva, para gestionar los negocios de manera ética y beneficiosa para todos.»

YVAN ALARCÓN

Marketing Manager de Chocolates

«El cacao es una de las materias primas más importantes para Nestlé, por lo que asegurar un suministro a largo plazo resulta vital para nuestro negocio. Lo cierto es que la evolución de la sociedad y las duras condiciones de la vida agrícola en países productores como Ecuador o Costa de Marfil provoca el paulatino abandono del campo de muchos campesinos para trasladarse a áreas urbanas. Nestlé lucha para cambiar esta tendencia, apoyando el cultivo sostenible del cacao. A través del Nestlé Cocoa Plan, formamos a los agricultores de cacao en buenas prácticas agrícolas para mejorar el rendimiento de sus plantaciones y sus ingresos, ayudando así también a mejorar sus condiciones de vida. Todo ello posibilita, a su vez, que podamos seguir contando con cacao de la máxima calidad. Mi trabajo como responsable de marketing es que las diferentes acciones que llevamos a cabo a través del Nestlé Cocoa Plan sean conocidas por nuestros *stakeholders* y, sobre todo, por nuestros consumidores, dándoles un motivo más para amar los chocolates Nestlé.»



Nutrición, salud y bienestar



- 32** Nestlé, comprometida con la nutrición de las personas
- 33** Los 10 Compromisos Nutricionales de Nestlé
- 39** Nestlé Health Science



Nestlé, comprometida con la nutrición de las personas

Desde su creación hace más de 145 años, el principal objetivo de Nestlé ha sido poner a disposición de las personas productos que respondan a las necesidades nutricionales en todas las etapas de la vida.

La compañía es consciente de que la nutrición tiene consecuencias directas en la salud y el bienestar, y de que la sociedad se enfrenta en los próximos años a retos de gran impacto social y sanitario que van a estar directamente vinculados a la actuación de la industria alimentaria.

En este contexto, Nestlé se compromete a poner al servicio de la sociedad sus conocimientos en nutrición y su capacidad de investigación para contribuir a mejorar el bienestar y la calidad de vida de los consumidores.

LA NUTRICIÓN, EN EL ADN DE NESTLÉ

A lo largo de su historia, Nestlé ha ido creciendo e innovando en el mundo de la nutrición y mejorando, de este modo, la calidad de vida de las personas. Hoy en día, los productos Nestlé cubren las necesidades nutricionales de todas las etapas de la vida, desde el nacimiento hasta la

tercera edad, y contienen un perfil nutricional óptimo que garantiza su calidad.

Los avances en nutrición de Nestlé son posibles gracias a su **red privada de investigación y desarrollo (I+D)**, la más grande del mundo, que está compuesta por 34 centros de I+D en los que trabajan 5.000 investigadores y cuenta con una inversión anual de 1.650 millones de euros. Además, la compañía trabaja también en colaboración con academias, gobiernos, institutos de investigación, empresas, proveedores y ONG.

La base de la actividad de I+D de Nestlé se encuentra en el Centro de Investigación de Nestlé (NRC), situado en Lausanne (Suiza), que desarrolla su actividad en cuatro ámbitos: nutrición y salud, ciencia y tecnología de los alimentos, calidad y seguridad alimentaria, y ciencia sensorial del consumidor.

También resulta fundamental la labor de **Nestlé Health Science y del Nestlé Institute of Health Sciences**, dedicados a aportar nuevas soluciones nutricionales y servicios basados en la investigación alimentaria como fuente de tratamiento y prevención de enfermedades.



Los productos Nestlé cubren las necesidades nutricionales de todas las etapas de la vida





Compromisos Nutricionales Nestlé

Los 10 Compromisos Nutricionales de Nestlé

Con la intención de ser protagonista activa en dar solución a los retos nutricionales que se plantean en el siglo XXI, Nestlé España presentó en 2013 su **Compromiso Nutricional**, un decálogo de compromisos concretos que abarcan tres áreas: la formulación y reformulación de productos, la información nutricional, y la formación y educación en materia de nutrición y hábitos de vida saludables.

El objetivo final es combatir la obesidad y garantizar la salud y el bienestar de las personas. Según Laurent Dereux, director general de Nestlé España, «la compañía está dispuesta a desempeñar un rol activo en la lucha contra la obesidad y cuenta con los conocimientos y la capacidad investigadora imprescindibles para ofrecer productos sabrosos y con el mejor perfil nutricional posible a sus consumidores en todas las etapas de la vida».

FORMULACIÓN DE PRODUCTOS

Nº 1 Promover una alimentación saludable durante los primeros 1.000 días de vida del bebé

Nº 2 Mejorar los productos destinados a niños de entre 3 y 12 años

Nº 3 Alinearse con las recomendaciones de la OMS en relación con las grasas trans

Nº 4 Reducir la cantidad de sal en todas las especialidades culinarias

Nº 5 Utilizar exclusivamente colorantes y aromas naturales

LOS PRIMEROS 1.000 DÍAS

La alimentación en los 1.000 primeros días de vida puede repercutir en la salud del lactante y futuro adulto. Los efectos de una correcta nutrición influyen en el adecuado desarrollo físico y psíquico del bebé y en la prevención de enfermedades respiratorias, gastrointestinales y alérgicas, así como de la obesidad. De ahí la importancia de mantener una alimentación óptima durante el embarazo, la lactancia y la primera infancia.

Por todo ello, Nestlé se compromete a promover la lactancia materna y a proporcionar los productos nutricionalmente más avanzados para los bebés cuando no es posible la lactancia materna y a partir de los seis meses, con la introducción de nuevos alimentos.



Nestlé presentó en 2013 su Compromiso Nutricional, cuyo objetivo es combatir la obesidad y garantizar la salud y el bienestar de las personas



OBJETIVO: PRODUCTOS
NUTRICIONALMENTE EQUILIBRADOS

La principal responsabilidad social de Nestlé es ofrecer productos seguros, sabrosos y nutricionalmente equilibrados que respondan a las necesidades de los consumidores. Por este motivo, la compañía se esfuerza continuamente para reducir la cantidad de aquellos componentes cuyo consumo excesivo puede considerarse perjudicial, a largo plazo, para la salud.

Nestlé ha trabajado en la reformulación de todas sus gamas de productos y ha reducido la cantidad de azúcar, sal y grasas trans.

Disminuir la sal para cumplir el objetivo de la OMS

Nestlé se ha comprometido a reducir considerablemente el contenido de sal de sus productos para lograr, en 2025, el objetivo de consumo de sal de la Organización Mundial de la Salud (OMS), fijado en menos de cinco gramos de sal por persona y día.

Esta decisión implica rebajar aún más los niveles de sal de los platos preparados y de las ayudas culinarias.

Además, todas las innovaciones en el ámbito culinario contarán con una menor cantidad de sodio.

Menos azúcares

En todas sus gamas de tarritos infantiles, la compañía utiliza exclusivamente ingredientes 100% naturales. También ha disminuido progresivamente el azúcar en las especialidades para niños de entre 3 y 12 años, concretamente en los cereales para el desayuno –fijando un máximo de nueve gramos de azúcar por ración–, y ha establecido un número máximo de 110 kilocalorías por porción en los helados infantiles.

Eliminación de las grasas trans y uso de colorantes naturales

Nestlé está mejorando la cantidad de grasas y la calidad de éstas, sustituyendo las grasas saturadas por insaturadas. También se ha alineado con las recomendaciones de la OMS en relación a las grasas.

Además, la compañía se ha comprometido a utilizar exclusivamente colorantes y aromas naturales en sus chocolates y helados infantiles antes de 2015.



Nestlé se esfuerza por reducir continuamente en sus productos la cantidad de componentes cuyo consumo excesivo pueda perjudicar la salud a largo plazo





Una de las prioridades de Nestlé es trasladar al consumidor información sobre sus productos de forma transparente, comprensible y relevante

INFORMACIÓN NUTRICIONAL

Nº 6 Proporcionar la máxima información nutricional en las etiquetas

Nº 7 No hacer publicidad a niños menores de seis años y cumplir con los códigos de autorregulación publicitaria

Trasladar al consumidor información sobre sus productos de forma transparente, comprensible y relevante es otra de las prioridades de Nestlé. Por este motivo, la compañía prioriza la información nutricional en el etiquetado a través de un diseño propio denominado Nutritional Compass.

La comunicación publicitaria está regulada por un código interno, los Principios de Comunicación con el Consumidor, que se basan en la transparencia y la relevancia de la información y que hacen una mención especial a la publicidad destinada a niños, prohibiendo los mensajes dirigidos a menores de seis años.

NUEVO CÓDIGO PAOS

En diciembre de 2013, Nestlé firmó, junto a otras empresas del sector de la alimentación, el nuevo código PAOS de autorregulación de la publicidad

de alimentos y bebidas destinados a menores.

A través de este código, la compañía se compromete a llevar a cabo una comunicación responsable dirigida a menores con el objetivo de promover hábitos de alimentación y de vida saludables, y de contribuir a reducir las cifras de sobrepeso y obesidad infantil.

Como novedad respecto a su primera redacción en 2005, el nuevo código se aplica a la publicidad difundida por Internet para menores de 15 años, y se mantiene en 12 años en el caso de medios impresos y audiovisuales.

PLAN HAVISA: MENSAJES SALUDABLES

Nestlé se adhirió en 2013 al Plan Havisa promovido por la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición (AECOSAN) y la Fundación Alimentum.

La iniciativa consiste en colaborar en un plan de comunicación basado en la emisión de pequeños mensajes en las diferentes campañas de televisión que fomenten la alimentación sana y equilibrada y la práctica de ejercicio físico. «Infórmate, lee la etiqueta de los alimentos y bebidas» o «Desayuna todos los días» son algunos ejemplos.





FORMACIÓN Y EDUCACIÓN

Nº 8 Impulsar programas de educación nutricional y ejercicio físico

Nº 9 Promover la divulgación científica entre profesionales de la salud

Nº 10 Promover la educación en nutrición y hábitos de vida saludables entre sus empleados

Nestlé considera que la educación es una herramienta imprescindible para la adquisición de hábitos saludables. Desde 2006 la compañía lleva a cabo en las escuelas la iniciativa «Aprender a comer bien», que se enmarca en el programa mundial Nestlé Healthy Kids Global Program y en la que han participado hasta el momento 232.000 escolares.

Además, Nestlé comparte su información con los profesionales de la salud, con el fin de impulsar el conocimiento científico de la nutrición a través de la difusión de estudios realizados por el Nestlé Nutrition Institute y a través de cursos, guías y materiales educativos, además de su participación en congresos y jornadas científicas.

Como complemento a esta labor divulgativa, la compañía promueve

también la formación en nutrición y la adquisición de hábitos saludables entre sus trabajadores.

«APRENDE A COMER BIEN» 2013

La iniciativa «Aprender a comer bien» facilita gratuitamente, a profesores y alumnos del tercer ciclo de primaria, material didáctico elaborado por expertos nutricionistas. El temario incluye información sobre los alimentos y los nutrientes y sobre el aparato digestivo, y presta una atención especial al significado de «comer bien».

Los trabajos realizados por alumnos de los centros escolares Colegio Virgen Blanca (León), Escola Infant Jesús (Barcelona) y Colegio Salliver (Fuengirola, Málaga) fueron los ganadores de la edición de 2013 del concurso «Aprende a comer bien», desarrollado para estimular a los más pequeños a adoptar unos hábitos de vida saludable y enseñarles los valores de una alimentación sana y equilibrada.

Más de 25.000 niños de quinto de primaria de un total de 665 centros escolares españoles participaron en la iniciativa de 2013, que ha contado con 7.000 escolares más que la edición anterior.



Nestlé considera la formación y la educación en nutrición una herramienta imprescindible para la adquisición de hábitos saludables





NESTLÉ PRESENTA UNA INVESTIGACIÓN SOBRE LA LONGEVIDAD EN EL CONGRESO INTERNACIONAL DE NUTRICIÓN DE GRANADA

Científicos del Centro de Investigación de Nestlé y del Nestlé Institute of Health Sciences han llevado a cabo una investigación que ha identificado los rasgos metabólicos asociados a la longevidad. Los resultados fueron presentados en la 20ª edición del Congreso Internacional de Nutrición, que tuvo lugar en Granada en septiembre de 2013.

Según el estudio, publicado en la revista científica *PLOS One*, los centenarios tienen una capacidad especial para equilibrar sus reacciones proinflamatorias y antiinflamatorias, lo que favorece su longevidad.

AVANCES EN EL ESTUDIO DE LA OBESIDAD

Según un trabajo realizado por científicos del Centro de Investigación de Nestlé, las personas con obesidad visceral comparten un grupo exclusivo de biomarcadores que en el futuro podrían servir para identificar a los individuos más propensos a desarrollar problemas asociados a la obesidad.

Este estudio forma parte de un programa de investigación

exhaustivo dirigido por Nestlé sobre el metabolismo humano, la obesidad y los problemas de salud asociados a ella.

NESTLÉ DIBUJA UN MAPAMUNDI SOBRE LAS CARENCIAS NUTRICIONALES DE LOS PAÍSES EN DESARROLLO

A través de la recopilación y el análisis de información pública de las autoridades sanitarias internacionales y de los gobiernos locales sobre deficiencias dietéticas específicas, Nestlé está elaborando un mapa del mundo que pone de manifiesto las carencias de micronutrientes en los países en desarrollo.

Las conclusiones que se extraigan de este mapamundi permitirán a la compañía desarrollar productos enriquecidos con determinadas vitaminas y minerales con el fin de ayudar a satisfacer necesidades concretas.

NESTLÉ EDITA PARA LOS PROFESIONALES DE LA SALUD

Nestlé Health Science y Nutrición Infantil participan en congresos y editan publicaciones científicas. En 2013 se distribuyeron más de 110.000 ejemplares de este tipo de ediciones.



Los centros de investigación y ciencia de Nestlé llevan a cabo importantes estudios sobre el metabolismo humano, la obesidad y los problemas de salud asociados a ella



Nestlé Health Science

A través de Nestlé Health Science y del Nestlé Institute of Health Sciences, la compañía ha dado un paso más en el sector de la nutrición clínica personalizada para dar respuesta a necesidades nutricionales específicas.

Nestlé lleva a cabo investigaciones alimentarias con el fin de aplicarlas al tratamiento y la prevención de algunas enfermedades y desarrolla soluciones de salud personalizadas.

ACTIPLAN Y OPTIPROGRAM

Durante 2013 Nestlé ha continuado desarrollando los programas Actiplan y Optiprogram, diseñados ambos por Nestlé Health Science.

Actiplan se basa en un plan de ejercicios adaptados a las personas mayores cuyo objetivo es ofrecer al profesional de la salud una herramienta para complementar la intervención nutricional del paciente anciano desnutrido o en riesgo nutricional.

Por su parte, Optiprogram es un programa que ayuda al consumidor a alcanzar sus objetivos de pérdida de peso de forma saludable.



Nestlé lleva a cabo investigaciones alimentarias con el fin de aplicarlas al tratamiento y la prevención de algunas enfermedades

NUEVAS SOLUCIONES NUTRICIONALES PARA PACIENTES CON DEPRESIÓN O DIABETES

Nestlé Health Science adquirió en febrero de 2013 la compañía estadounidense **Pamlab**, dedicada a productos nutricionales para la dieta de pacientes con disfunciones cognitivas, depresión o neuropatía diabética periférica.

«Esta adquisición encaja perfectamente con nuestra estrategia de proporcionar soluciones nutricionales con base científica para personas que sufren enfermedades crónicas», afirmó Luis Cantarell, Presidente y CEO de Nestlé Health Science.





Nestlé proporciona soluciones nutricionales para personas con enfermedades crónicas





Sostenibilidad ambiental y gestión del agua

- 
- 
- 42** Proteger el medio ambiente y los recursos naturales
 - 42** El agua, un bien escaso que Nestlé ayuda a preservar
 - 44** Eficiencia ambiental en la producción industrial
 - 45** Gestión sostenible en la logística y la distribución de los productos Nestlé
 - 47** Biodiversidad
 - 48** Sensibilización y formación medioambiental
 - 50** Reconocimientos a la política medioambiental de Nestlé



Proteger el medio ambiente y los recursos naturales

Desde su fundación, Nestlé ha mantenido siempre un comportamiento responsable con el medio ambiente. El futuro de la compañía está ligado al futuro del planeta, ya que para su actividad Nestlé depende de unos recursos naturales que cada vez son más limitados.

Por esta razón, la empresa lleva a cabo una **política de sostenibilidad ambiental** cuyos objetivos son, por una parte, minimizar el consumo de recursos naturales en todas las

operaciones de su cadena de valor y, por otra, reducir el impacto de sus actividades sobre el medio ambiente.

En este contexto, un aspecto fundamental es la gestión del agua, un bien que constituye uno de los pilares sobre los que Nestlé sustenta su filosofía de Creación de Valor Compartido. La compañía contribuye a asegurar la calidad y la disponibilidad de este importante recurso esencial para la vida, la producción alimentaria y la actividad de Nestlé.

El agua, un bien escaso que Nestlé ayuda a preservar

El agua tiene una importancia esencial para la salud humana y del ecosistema y juega un papel básico en el alivio de la pobreza. Nestlé no es ajena a la actual crisis mundial del agua, por lo que considera la **gestión de los recursos hídricos** una de sus prioridades fundamentales.

En este sentido, la compañía centra sus esfuerzos en reducir la cantidad de agua que utiliza para la fabricación de sus productos, garantizar que sus actividades respetan los recursos hídricos locales, asegurarse de que

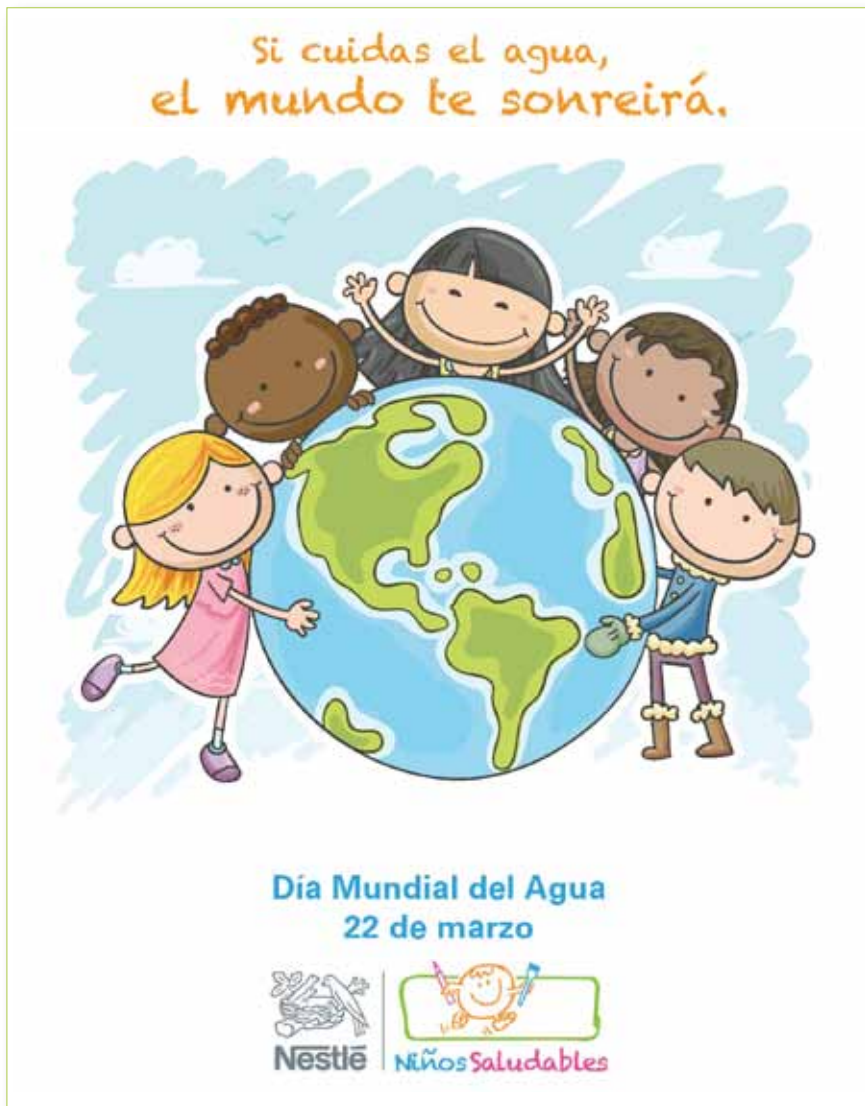
el agua que devuelve al entorno está limpia y aumentar la conciencia social sobre la conservación de este preciado bien.

NESTLÉ ESPAÑA CELEBRA EL DÍA MUNDIAL DEL AGUA

El 22 de marzo de 2013, Nestlé se unió una vez más a la celebración del Día Mundial del Agua, demostrando así su compromiso con este tema. Ese año el enfoque de la Organización Mundial de la Salud para la conmemoración de esta efeméride



El futuro de Nestlé está ligado al futuro del planeta, ya que para su actividad la compañía depende de unos recursos naturales cada vez más limitados



GRAN REDUCCIÓN DEL CONSUMO DE AGUA EN LA FÁBRICA DE LA PENILLA

La planta de Nestlé en La Penilla (Cantabria) ha pasado en 2013 de ser una de las fábricas de la compañía que más agua consumía a convertirse en una de las más eficientes.

En apenas un año se ha logrado reducir en sus instalaciones el consumo de agua por tonelada de producto en más del 66%, pasando de 72 metros cúbicos de agua por tonelada de producto elaborado a sólo 24,5, lo que significa un ahorro de agua equivalente a 1.350 piscinas olímpicas.

Este gran logro ha sido posible gracias a las mejoras introducidas en los circuitos de refrigeración, a las actualizaciones de equipos y a la mayor concienciación y al cambio de actitud de los empleados respecto a la preservación de los recursos hídricos. Nestlé ha invertido un millón de euros para este fin.

fue «**La cooperación en la esfera del agua**», un aspecto de gran relevancia para Nestlé y que forma parte de sus 10 Principios Corporativos.

Con el objetivo de sensibilizar a los colaboradores de la compañía, se realizaron diversas iniciativas en las fábricas y en las oficinas centrales. En la sede de Esplugues de Llobregat (Barcelona) y en las oficinas de negocio de Nestlé Waters se llevaron a cabo distintas comunicaciones con mensajes de sensibilización en el canal de televisión interno Nestlé IN y en formato papel.

En la fábrica de Valladolid los empleados compartieron consejos para ahorrar agua en los hogares y en la oficina.

Por su parte, las plantas de Nestlé Waters también se sumaron a la conmemoración del Día Mundial del Agua. La de Herrera del Duque acogió a 100 alumnos del instituto Benazaire, a quienes mostró su compromiso de utilizar el agua de manera sostenible y con quienes reflexionó sobre la importancia de ser embajadores del agua.

En la planta embotelladora de Viladrau, las familias de todos los trabajadores vivieron una jornada lúdico-formativa con el objetivo de transmitir la importancia del buen uso del agua y de sus beneficios en nuestras vidas, con la realización de test sensoriales o la elaboración de un magnífico mural, entre otras actividades.



Nestlé considera la gestión de los recursos hídricos una de sus prioridades fundamentales



Eficiencia ambiental en la producción industrial

AHORRO EN EL CONSUMO DE ENERGÍA

Nestlé ha continuado en 2013 con su objetivo de reducir el consumo de energía empleada en la fabricación de sus productos. Durante ese año, el consumo energético en las plantas de Nestlé en España fue de 3,64 gigajulios por tonelada de producto, lo que ha supuesto una **disminución del 0,55%** con respecto a 2012.

Para lograr esta reducción, ha sido fundamental dar continuidad al mapa de Ruta de Nestlé para la Gestión de la Energía que promueve la disminución y la recuperación de energía, y la utilización de energías renovables. Cabe destacar la racionalización y control de fugas en las redes de aire comprimido, así como la implantación progresiva de iluminación LED en edificios e instalaciones.

MENOS EMISIONES CONTAMINANTES

Disminuir el impacto de la emisión de gases a la atmósfera es otra de las prioridades de Nestlé en materia de medio ambiente. Gracias a una serie de proyectos de mejora de la eficiencia energética implementados en los últimos años, al uso de

combustibles más limpios y a la inversión en energías renovables, en 2013 Nestlé en España emitió **3.155 toneladas menos de CO₂** en comparación con 2012.

CERO RESIDUOS EN EUROPA PARA 2020

La actividad industrial de Nestlé genera, inevitablemente, distintos tipos de residuos. La compañía lleva a cabo múltiples acciones con el propósito de minimizar al máximo la producción de materiales residuales y de reciclar y reutilizar los que se generan convirtiéndolos en subproductos.

En octubre de 2013 Nestlé comunicó su intención de lograr el objetivo «cero residuos» –que significa que ningún residuo industrial irá al vertedero o será incinerado sin que se recupere la energía invertida en el proceso– en sus 150 plantas europeas en el año 2020. «Esta decisión ilustra el compromiso de la compañía con las prácticas de negocio ecológicas», expresó Laurent Freixe, vicepresidente ejecutivo de Nestlé y director de zona en Europa.

Hasta la fecha, Nestlé ha alcanzado ya **cero residuos en 25 de sus plantas**

de Europa, incluyendo todas sus fábricas del Reino Unido y Suiza.

Por otra parte, en 2013 los centros de producción de Nestlé en España lograron que el 97% de los residuos generados fueran valorizados en procesos de reutilización y reciclaje (material u orgánico).

INCREMENTAR LA SOSTENIBILIDAD DE LOS PRODUCTOS NESTLÉ EN SU FASE DE DISEÑO

La forma en que se diseña un producto determina la cantidad de residuos que éste consume y puede ayudar a minimizar la generación de materiales residuales a lo largo de su ciclo vital. Es algo que Nestlé tiene muy presente y que supone que la compañía no sólo se preocupe por el embalaje de los productos y el modo de reciclarlos, sino también por todas las fases que implica su fabricación, desde la producción agrícola hasta el abastecimiento, el procesamiento y su uso por parte de los consumidores.

Nestlé se esfuerza por analizar el impacto medioambiental de sus productos en su fase más temprana, la de su diseño. En este sentido, la empresa ha desarrollado una



herramienta para el análisis del ciclo de vida de los productos que en 2013 se ha comenzado a implantar en las unidades de negocio: **Ecodex**. Esta herramienta proporciona datos rápidos y precisos que permiten a los equipos de Nestlé de desarrollo de productos valorar su sostenibilidad.

La vinculación de los desarrolladores de productos de Nestlé con el proceso de análisis del ciclo de vida los sitúa en una mejor posición para crear productos más eficientes y con menor impacto medioambiental para los consumidores.

Gestión sostenible en la logística y la distribución de los productos Nestlé

El cuidado del medio ambiente en el ámbito fabril ha estado siempre presente en Nestlé. No en vano, Nestlé es una empresa cuya principal misión es la de elaborar productos en sus 447 fábricas de los cinco continentes.

Además, **la compañía se preocupa por el impacto de sus operaciones** no sólo en sus factorías, sino en toda la cadena de valor, y ello incluye las actividades logísticas y de distribución, en las que se pone énfasis en la reducción de las emisiones de gases con efecto invernadero. En este sentido, cobran especial importancia: la reducción del peso y el volumen en el envasado de los productos Nestlé para optimizar el transporte, la optimización del diseño de los productos para la mejora del reciclado, la valorización de los envases usados, y la selección de componentes y materias procedentes de fuentes renovables gestionadas de forma sostenible.

En 2013 **Nestlé en España ahorró 2.976 toneladas de material de envasado**, especialmente de papel y cartón, gracias al programa de aligeramiento de peso, lo que supone un 2,9% menos de embalaje que el año anterior, y repercute directamente en una menor emisión de gases.

También positiva es la medida impulsada por Helados Nestlé de sustituir los congeladores de hidrofluorocarbono por congeladores que emplean sustancias naturales, como dióxido de carbono, amoníaco, agua o aire, e hidrocarburos, como el propano y el isobutano, de forma que no dañan la capa de ozono y, por tanto, no tienen repercusión sobre el cambio climático. Ello ha contribuido, además, a reducir el consumo de energía más de un tercio en comparación con los sistemas existentes.



En 2013 Nestlé ahorró 2.976 toneladas de material de envasado gracias al programa de aligeramiento de peso, lo que supone un 2,9% menos de embalaje que el año anterior





Nestlé amplió en 2013 la red de recogida y reciclaje de cápsulas de café, y dispone en la actualidad de 700 puntos de recogida de cápsulas de NESPRESSO y de NESCAFÉ Dolce Gusto

Estas y otras iniciativas, como la potenciación de los transportes intermodales, la búsqueda de sinergias de transporte entre diferentes negocios, compartiendo rutas y camiones, los cursos de conducción eficiente o el uso de vehículos Euro 5, menos contaminantes, han permitido que Nestlé en España lograra en 2013, respecto al año anterior, una **reducción del 6,7% de las emisiones de CO₂** derivadas del transporte y el almacenamiento.

RECICLAJE DE CÁPSULAS MONODOSIS DE BEBIDAS

Nestlé amplió en 2013 la red de recogida y posterior reciclaje de cápsulas de NESCAFÉ Dolce Gusto y NESPRESSO a más puntos verdes del país. Las comarcas del Vallès Oriental y el Vallès Occidental (que abarcan ciudades como Sabadell, Terrassa, Granollers o Montmeló), el Bages (Manresa y alrededores), el Área Metropolitana de Valencia (cuatro ecoparques fijos situados en Alboraya, Catarroja, Torrent y Valencia, así como en los ecoparques móviles de la capital valenciana), Alicante y Logroño se sumaron a la red existente. Pese a que la legislación actual, desde finales de 2013, permite depositar las cápsulas sin remanente de café en los contenedores amarillos, como las de leche o cacao, **Nestlé sigue**

impulsando proactivamente el reciclaje de todas sus cápsulas apoyándose en las estructuras municipales de recogida ya existentes.

Cada punto verde dispone de dos contenedores de 120 litros, uno para las cápsulas de aluminio (NESPRESSO) y otro para las de plástico (NESCAFÉ Dolce Gusto). Mensualmente, Nestlé se hace cargo del traslado de todas las cápsulas recogidas hasta las diferentes plantas de reciclaje en las que se tratarán.

Como resultado, se pueden separar los restos orgánicos de los inorgánicos; los primeros se valorizan para la obtención de compost, mientras que uno de los usos de los segundos es la fabricación de mobiliario urbano. Nestlé donó al Ayuntamiento de Barcelona una muestra de dicho mobiliario en el marco de la Semana Europea de Prevención de Residuos, el cual fue instalado con carácter permanente en el punto verde de la Barceloneta. De esta forma se garantiza cerrar el ciclo de vida de las cápsulas con un nuevo uso.

En la actualidad, Nestlé dispone de **700 puntos de recogida** –fijos y móviles– de cápsulas de NESPRESSO y de NESCAFÉ Dolce Gusto. Además, las cápsulas de NESPRESSO pueden depositarse en sus *boutiques* para el posterior reciclado.



Biodiversidad

Nestlé se ha comprometido a desarrollar su actividad de manera responsable salvaguardando el capital natural y, específicamente, la biodiversidad y los ecosistemas.

A través de las **Directrices de Abastecimiento Responsable (RSG)**, la compañía regula aspectos referidos a la conservación forestal y las cosechas destructivas, la gestión hídrica y otros aspectos similares.

Algunas de las iniciativas más importantes impulsadas por la compañía en el ámbito de la biodiversidad durante 2013 han sido las siguientes.

LUCHA CONTRA LA DEFORESTACIÓN

Nestlé mantiene un papel proactivo para acabar con la deforestación, sobre todo del árbol del aceite de palma, trabajando por la trazabilidad, el trato directo con proveedores y el apoyo al objetivo del Consumer Goods Forum para lograr la **deforestación neta cero en 2020**. El compromiso de no deforestación de Nestlé supone que sus productos no estén asociados a ella.

La compañía ha colaborado con la entidad Conservation International para obtener datos fiables sobre deforestación y en 2013 ha publicado *Deforestation Guides for Commodity Sourcing*, un análisis sobre la deforestación en 33 países.

FORO DE BIENES DE CONSUMO SOBRE DEFORESTACIÓN

Como muestra de la preocupación de la compañía por la conservación de los recursos naturales, Paul Bulcke, CEO de Nestlé, asistió el 4 de diciembre de 2013 al debate del Foro de Consumo sobre deforestación que tuvo lugar en la Casa Blanca.

En el encuentro, algunas de las empresas de bienes de consumo más importantes del mundo, junto con el Gobierno de los Estados Unidos,

debatieron sobre el cambio climático con el objetivo de profundizar en sus esfuerzos comunes para terminar con la deforestación.

Paul Bulcke habló sobre el compromiso de Nestlé con que sus productos no estén asociados a la destrucción de bosques e informó al Gobierno estadounidense sobre los progresos que la compañía ha realizado en el cumplimiento de su objetivo de erradicar la deforestación de aquí al año 2020, así como de eliminar gradualmente el uso de gases hidrofluorocarbonos como refrigerantes antes de 2015.

DESARROLLO DE PLÁSTICOS DE ORIGEN VEGETAL

Nestlé anunció en 2013 que trabajará en colaboración con World Wildlife Fund (WWF) y otras siete firmas de consumo (con quienes formará la **Bioplastic Feedstock Alliance, BFA**) para promover el desarrollo responsable de bioplásticos, obtenidos a partir de materiales de origen vegetal.

El propósito de la BFA es guiar la selección y la cosecha responsable de materiales agrícolas para hacer bioplásticos, como la caña de azúcar, el maíz y el junco. «Podremos ayudar a construir un futuro más sostenible para la industria de los bioplásticos y al mismo tiempo tratar cuestiones como el uso del suelo, la seguridad alimentaria y la biodiversidad», afirmó Anne Roulin, Directora Global de Sostenibilidad e I+D de Nestlé.

El agua Vittel ya utiliza en sus botellas un 30% de bioplástico hecho a partir de melaza.

PRESERVACIÓN DE ÁREAS DE AGUA

Las **Responsible Sourcing Guidelines de Nestlé** incluyen una serie de requisitos para el uso del agua por parte de los agricultores que trabajan para la compañía.



La compañía se ha comprometido a desarrollar su actividad salvaguardando el capital natural, la biodiversidad y los ecosistemas





Nestlé ha trabajado en 2013 para identificar áreas de agua importantes con alto valor de biodiversidad adyacentes a sus fábricas, con el fin de garantizar su contribución a la preservación de estas áreas.

ESPAI MONTSENY

En España, la principal novedad en materia de biodiversidad de 2013 ha sido la inauguración el 9 de noviembre del Espai Montseny, patrocinado por Agua Mineral Natural Viladrau. La planta de envasado de esta agua,

situada en pleno Parque Natural del Montseny, constituye un importante ejemplo de gestión de la biodiversidad en nuestro país.

El Espai Montseny es un espacio expositivo que funciona como centro de visitantes del parque natural y que los sumerge en los fenómenos de la brujería y el bandolerismo que marcaron el Montseny en los siglos XVI y XVII. El objetivo es la dinamización turística, mediante una **propuesta de turismo sostenible**, de una zona de gran riqueza patrimonial y natural.



En España, la principal novedad en materia de biodiversidad en 2013 fue la inauguración del Espai Montseny patrocinado por Agua Mineral Natural Viladrau

Sensibilización y formación medioambiental

Para Nestlé resulta muy importante sensibilizar y formar a la sociedad en general, y a sus trabajadores en particular, sobre la importancia del medio ambiente.

En 2013, la compañía ha llevado a cabo **seminarios y cursos sobre temas medioambientales**, además de promover eventos con motivo de los días mundiales del agua y del medio ambiente.

CELEBRACIÓN DEL DÍA MUNDIAL DEL MEDIO AMBIENTE

El 5 de junio de 2013 Nestlé celebró una vez más el Día Mundial del Medio Ambiente con varias iniciativas que tuvieron como objetivo sensibilizar a los colaboradores sobre la preservación del medio ambiente y, asimismo, dar visibilidad





a los esfuerzos que se hacen en la compañía por utilizar los recursos naturales de forma eficiente.

Con el objetivo de reforzar este mensaje se lanzó una campaña ibérica bajo el lema **«Cero impacto ambiental»** y se divulgó un vídeo del CEO de Nestlé, Paul Bulcke, en el que expresa su compromiso con las prácticas empresariales medioambientalmente sostenibles.

INICIATIVAS DE LAS FÁBRICAS

Para conmemorar el Día Mundial del Medio Ambiente las fábricas llevaron a cabo varias iniciativas de sensibilización de los colaboradores, aprovechando la temática de este año de las Naciones Unidas para el Día del Medio Ambiente, «Piensa. Aliméntate. Ahorra», cuyo objetivo es reducir los desechos y el despilfarro de alimentos. En las fábricas de Gijón, Reus y Pontecesures se hicieron campañas informativas sobre este tema. Además, en Pontecesures se lanzó un concurso de recetas con comida sobrante para compartir las mejores ideas de reciclaje de alimentos.

La fábrica de Valladolid se sumó a esta celebración regalando a los colaboradores una bolsa mochila, animando el estanque con unos peces y confeccionando unos árboles de cartón en los que los colaboradores dejaron unas hojas con deseos medioambientales.

VÍDEOS DIVULGATIVOS PARA CUIDAR EL PLANETA

Con el propósito de implicar a los consumidores en el cuidado del entorno, Nestlé ha editado seis vídeos en los que, de la mano del **divulgador medioambiental José Luis Gallego**, se muestran sencillos gestos que el ciudadano puede hacer cotidianamente para ayudar al planeta.

Los vídeos, que pueden visualizarse en Youtube y en la página web de Nestlé España, explican también las medidas que la compañía aplica en sus operaciones para preservar el medio ambiente.

Los temas que tratan estos audiovisuales son: el consumo responsable para evitar el desperdicio de alimentos, cómo separar y reciclar envases, medidas de ahorro de agua, cómo reducir el consumo de papel, el reciclaje de las cápsulas de café y el ahorro en la factura de la luz.

APOYO A UNA CAMPAÑA MUNDIAL CONTRA EL DESPERDICIO DE ALIMENTOS

Nestlé participó en la campaña del Día Mundial del Medio Ambiente de 2013 bajo el lema **«Piensa. Aliméntate. Ahorra»**, que pretendía concienciar a la población contra la pérdida y el desperdicio de alimentos.



Los vídeos divulgativos de Nestlé sobre el cuidado del medio ambiente pueden verse en la página web de Nestlé España





Impulsada por el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura (FAO) y el organismo independiente WRAP, la campaña hizo incidencia en el impacto medioambiental que tienen las elecciones alimentarias de las personas. Según la FAO, aproximadamente un tercio de la producción mundial de alimentos se desperdicia o se pierde cada año.

Nestlé tiene entre sus prioridades ayudar a combatir este desperdicio, transformando materias primas perecederas como la leche, el cacao o el café en productos seguros y con valor añadido. La compañía transforma cada año más de 14 millones de toneladas de estas materias en productos acabados de larga duración.



En el informe de sostenibilidad de Oxfam de 2013, Nestlé mejoró su puntuación en sus políticas de desarrollo rural, medioambiente y mejora de las condiciones de sus trabajadores

Reconocimientos a la política medioambiental de Nestlé

Los esfuerzos de Nestlé en materia de protección del medio ambiente y de los recursos naturales no pasan desapercibidos y se ven a menudo recompensados.

En el año 2013 la compañía ha sido objeto del reconocimiento de diferentes organismos por sus políticas de sostenibilidad y sus prácticas ecológicas.



PRIMER PUESTO EN EL INFORME DE SOSTENIBILIDAD DE OXFAM

Nestlé conservó la primera posición entre las empresas de alimentación en el informe de sostenibilidad de Oxfam del año 2013, y mejoró especialmente su puntuación en las políticas de desarrollo rural,

medioambiente y mejora de las condiciones de sus trabajadores.

Respecto a las políticas medioambientales, la organización manifestó que Nestlé está concienciada con el cambio climático y valoró sus exigencias a los proveedores para que reduzcan sus emisiones.



NESTLÉ LIDERA LOS PRINCIPALES ÍNDICES DE SOSTENIBILIDAD

Por segundo año consecutivo, Nestlé consiguió en 2013 la **máxima puntuación en los índices Climate Disclosure Leadership y Climate Performance Leadership de CDP**, ambos publicados en el Informe Global 500 sobre Cambio Climático de 2013. Estos índices miden el rendimiento de las 500 principales compañías del Global Equity Index de FTSE en relación con sus esfuerzos por reducir las emisiones de carbono, así como con la transparencia de la información que divulgan.

Por otra parte, Nestlé logró un **88% de puntuación en el Índice de Sostenibilidad del Dow Jones**, el doble del promedio de su sector. En la «dimensión medioambiental» la puntuación fue del 97%, la mejor entre las empresas de alimentación. El índice del Dow Jones se basa en un análisis del rendimiento económico, medioambiental y social de las empresas.

NESTLÉ, UNA DE LAS «MEJORES MARCAS VERDES DEL MUNDO»

Por primera vez en su historia, Nestlé fue nombrada en 2013 una de las mejores marcas verdes del mundo en la tercera edición del informe **Best Global Green Brands**, publicado por la consultora Interbrand. El informe situó a la compañía en el puesto número 14 de entre 50 marcas seleccionadas y destacó la «gran transparencia que permite a Nestlé ganar crédito por el trabajo que realiza y reforzar su relación con el público objetivo».

Los criterios de clasificación de Interbrand a la hora de establecer su *ranking* son las prácticas ecológicas de las empresas y la percepción que tienen de ellas los consumidores.

Este reconocimiento como una de las primeras marcas verdes a nivel mundial supone un avance para Nestlé en su compromiso con la mejora del rendimiento ecológico de sus actividades y en su propósito de

! Nestlé ha sido galardonada por su programa de reciclado y reutilización de cápsulas

facilitar información medioambiental útil y precisa y mantener un diálogo basado en datos científicos sobre sus productos, actividades y servicios.

NESTLÉ, PREMIO FERRER SALAT POR SU SISTEMA DE RECICLADO DE CÁPSULAS

En la VI edición de los Premios Ferrer Salat que concede Foment del Treball, Nestlé ha sido galardonada en el apartado de medio ambiente por la puesta en marcha de su programa propio de reciclado y reutilización de las cápsulas monodosis de NESCAFÉ Dolce Gusto y NESPRESSO.

Este sistema –implantado en 2011 en Barcelona y su área metropolitana y que ha empezado a aplicarse en otras ciudades españolas– permite recoger las cápsulas usadas y hacer un reciclado integral tanto de los materiales que la componen (plástico o aluminio) como del residuo orgánico de su interior, que es reutilizado como abono agrícola.



Desarrollo rural



- 54** Modelo de desarrollo rural de Nestlé
- 54** Cooperación y ayuda a granjeros y agricultores
- 58** Abastecimiento responsable
- 59** Eliminación del trabajo infantil



Nestlé centra sus esfuerzos en apoyar la agricultura como negocio y medio de vida que ofrezca ingresos atractivos y oportunidades de progreso social

Modelo de desarrollo rural de Nestlé

La agricultura constituye un sector fundamental para la actividad de Nestlé. La compañía considera crucial asegurar el suministro de materias primas a largo plazo para poder elaborar sus productos de alimentación y bebidas, y dicho suministro procede mayoritariamente de las zonas rurales.

La población mundial de agricultores y granjeros envejece cada vez más, por lo que Nestlé centra sus esfuerzos en apoyar la agricultura como negocio y medio de vida que ofrezca ingresos atractivos y oportunidades de progreso social. El objetivo es contribuir a retener a los mejores y más brillantes talentos en las comunidades agrícolas y usar el

modelo de «agricultor emprendedor» de Nestlé como vía de formación de granjeros que deseen desarrollarse profesionalmente.

El principio de Nestlé en cuanto a desarrollo rural es el de acercar sus centros de producción a los países de origen de las materias primas. Hoy en día, aproximadamente la mitad de las 447 fábricas están ubicadas en países en vías de desarrollo, principalmente en zonas rurales que proporcionan empleo directo a más de 200.000 personas. Asimismo, la compañía participa en iniciativas para promover las buenas prácticas entre sus socios y proveedores.

Cooperación y ayuda a granjeros y agricultores

Durante 2013, Nestlé ha proporcionado ayuda financiera a 59.000 agricultores en distintas partes del mundo, por un valor de 50 millones de francos suizos. Además, ha continuado verificando que sus proveedores trabajan de forma responsable y sostenible mediante el **Código de Proveedores de Nestlé**.

NESCAFÉ PLAN: APOYO A LOS PRODUCTORES DE CAFÉ

Con la finalidad de tener garantizado el suministro de café para sus productos y de ayudar a afrontar los retos a los que se enfrenta

este sector (precios volátiles, un menor rendimiento agrícola por envejecimiento de los árboles y enfermedades de las plantas, el cambio climático, etc.), Nestlé está ayudando a los agricultores a crear negocios sólidos, ofreciéndoles una salida más eficiente al mercado, formación local, propagación y distribución de plantas y la asistencia técnica de su equipo de 200 agrónomos. En 2013 se visitaron más de 22.000 granjas.

La iniciativa NESCAFÉ Plan pretende optimizar la cadena de suministro de café mediante la inversión de 350 millones de francos suizos hasta 2020 en proyectos relacionados con esta materia prima. En 2013 se lanzó el NESCAFÉ Plan en Centroamérica –de manera que el plan abarca ya un total de 13 países– y se compraron 148.198 toneladas de café a 176.040 agricultores del **Farmer Connect**, un programa de abastecimiento directo de granjeros por el que Nestlé se compromete con el suministro local de materias primas, la provisión de ayuda técnica y la colaboración para cumplir los criterios más altos de abastecimiento.

En el mes de julio, Nestlé inauguró el **Centro Integrado de Café Nestlé**, un centro de excelencia del café en Filipinas cuyo objetivo es mejorar la calidad y la cantidad de la cosecha en ese país.

En España, uno de los objetivos marcados para el año 2013 fue dar a conocer el NESCAFÉ Plan al colectivo de la empresa. En mayo, en la sede de la compañía en Esplugues de Llobregat (Barcelona), así como en las fábricas de Girona y Reus (Tarragona), donde se elabora café en España, se recreó la cadena de suministro de esta materia prima: plantación, recolección, fabricación y consumo. Para ello se contó con la participación de algunos protagonistas de este proceso encargados de explicar las acciones del plan, como una representante de la Rainforest Alliance y dos de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, así como con el responsable en temas medioambientales de Nestlé en España y un consumidor de NESCAFÉ. También se creó el pasaporte NESCAFÉ Plan, a través del cual se sortearon entre los trabajadores dos viajes al Valle del Cauca (Colombia) para conocer la realidad de las comunidades cafeteras y el impacto positivo del NESCAFÉ Plan.

PROGRAMA AAA DE NESPRESSO

Iniciado en 2003 en colaboración con la organización Rainforest Alliance, el Programa de Calidad Sostenible AAA de Nespresso pretende proteger los cafés de más alta calidad necesarios para elaborar los Nespresso Grands



La iniciativa NESCAFÉ Plan pretende optimizar la cadena de suministro de café mediante la inversión de 350 millones de francos suizos hasta 2020



Crus, además de mejorar las prácticas agrícolas sostenibles y el bienestar de los agricultores.

Desde 2007, un promedio de más de 8.000 nuevos agricultores se unen anualmente al programa, del que ya se benefician 62.500 caficultores de ocho países. En 2013, un estudio dirigido por el Centre for Regional Entrepreneurial and Coffee Studies (CRECE), un organismo de control independiente con sede en Colombia, demostró que se habían producido mejoras sociales, económicas y ambientales significativas en los agricultores del Programa de Calidad Sostenible AAA de Nespresso.

COCOA PLAN: POR UN CULTIVO SOSTENIBLE DE CACAO

La industria del cacao se enfrenta actualmente con dos grandes retos: por un lado, la producción del cacao se ha reducido considerablemente en los últimos años y, por otro, la calidad de la materia prima obtenida también ha disminuido debido al envejecimiento de los árboles de cacao, muy vulnerables a las enfermedades. Todo ello está abocando a muchos agricultores a sustituir el cultivo de cacao por otro tipo de plantaciones que generan más ingresos.

Para hacer frente a esta situación, Nestlé lanzó en octubre de 2009 el Cocoa Plan (www.nestlecocoaplan.com), un conjunto de iniciativas encaminadas a la mejora de las condiciones económico-sociales y ambientales de los agricultores de cacao, así como a su profesionalización, con el fin de que dispongan de granjas rentables y respetuosas con el medio ambiente. Nestlé invertirá en este plan un total de 110 millones de francos suizos hasta 2019. El plan está activo en Costa de Marfil, Ghana, Ecuador, Venezuela, México e Indonesia.

Los objetivos clave del Nestlé Cocoa Plan son cuatro:

- > **Facilitar cultivos más rentables.**
Cada año, desde 2009, Nestlé entrega a los agricultores de cacao más de un millón de plantas de cacao de mayor productividad y más resistentes a enfermedades, además de impartirles formación en buenas prácticas agrícolas, de manera que puedan mejorar la calidad de sus cultivos.
- > **Mejorar las condiciones sociales.**
Nestlé es consciente de que las mejoras económicas sólo pueden ser sostenibles en el tiempo con la implementación de medidas sociales tendentes a elevar la calidad de vida y las capacidades de las futuras generaciones. Por eso, entre 2012

y 2015, a través del Nestlé Cocoa Plan, se habrán construido 40 escuelas en Costa de Marfil para facilitar el acceso a la escolarización de los niños.

- > **Desarrollar una cadena de suministro sostenible y mejorar la calidad del cacao.** Para asegurar un comercio de cacao más justo, es vital que la cadena de suministro sea transparente y fiable. El plan incluye, pues, acciones para hacer esta cadena más simple y potenciar la compra directa a las cooperativas o reducir el número de intermediarios. Asimismo, se contempla el pago de primas adicionales por cacao de calidad.
- > **Colaborar con asociados.**
Nestlé es consciente de que sola no puede hacer frente a los retos de la industria del cacao. Por eso, trabaja en colaboración con varias organizaciones que ayudan en el terreno en áreas de concienciación sobre el trabajo infantil, el agua y el saneamiento, la capacitación agrícola, el arbolado y la certificación.

En materia de certificación, Nestlé trabaja con la reconocida UTZ Certified, que, por un lado, reconoce a los agricultores que producen cacao de forma sostenible y los recompensa con un mejor precio por su cacao y,



por otro, ofrece una garantía a los consumidores de que el cacao se ha cultivado en condiciones apropiadas.

En 2013, Nestlé adquirió 62.299 toneladas de cacao a través del Nestlé Cocoa Plan, implementó el seguimiento y la eliminación del trabajo infantil en ocho cooperativas, construyó o reformó 13 escuelas y proporcionó formación a 33.885 agricultores de cacao. En Costa de Marfil, gracias a una iniciativa de Nestlé y la Cruz Roja, se proporcionó acceso a agua potable limpia e instalaciones de saneamiento a casi 100.000 personas pertenecientes a las comunidades productoras de cacao.

En España, en el año 2013, el 50% de la producción en la fábrica de La Penilla (Cantabria) de Nestlé Extrafino y de la gama de chocolates con frutos secos en formato grande empleó cacao proveniente del Nestlé Cocoa Plan y certificado por UTZ Certified.

COMPROMISO CON LA SOSTENIBILIDAD DE LA PRODUCCIÓN DE LECHE

Nestlé España impulsa un modelo de gestión sostenible en la producción de la leche que emplea para la elaboración de sus productos.

CERTIFICACIÓN Y REVISIÓN DE LAS EXPLOTACIONES LECHERAS

Todas las explotaciones lecheras son sometidas a un *checklist* relativo a seguridad alimentaria, medio ambiente y bienestar animal que implementan los asesores agropecuarios de Nestlé. Las explotaciones que cumplen todos los requisitos reciben una prima de certificación en el pago de la leche. Además, el proceso es auditado por una entidad externa que certifica el sistema de Nestlé (Certicar en Galicia y LILCA en Asturias y Cantabria).

La información que la compañía recaba en sus visitas a todas las explotaciones es recogida en la Base de Datos de Seguridad Alimentaria de Nestlé.

Si a partir de este análisis se detecta la necesidad de realizar inversiones en la explotación lechera para mejorar algún aspecto, Nestlé apoya a los ganaderos mediante la concesión de microcréditos.

Por otra parte, todas las explotaciones son revisadas anualmente por una empresa externa acreditada para asegurar el correcto funcionamiento de los equipos de ordeño y conservación en frío. Las renovaciones de estos equipos y de ganado, así como las inversiones necesarias para ahorrar energía en la granja, son financiadas también por microcréditos de Nestlé.



Nestlé España impulsa un modelo de gestión sostenible en la producción de la leche que emplea para la elaboración de sus productos





COLABORACIÓN CON LA UNIVERSIDAD DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

A través de la Fundación Triptolemos, de la que Nestlé es patrocinadora, la compañía financia un programa de gestión económica con un grupo de 45 explotaciones de Galicia, Asturias y Cantabria que permite hacer un *benchmarking* continuo entre ellas para identificar las oportunidades de reducción de costes.

En el año 2013, en el marco de este programa, se llevaron a cabo diversas jornadas monográficas de mejora continua en las que participó la Universidad de Santiago de Compostela (USC), con técnicos expertos en las materias a analizar, así como ganaderos voluntarios que aportaron sus experiencias.

Las conclusiones de estas jornadas se recogieron en hojas informativas que se distribuyeron a todos los granjeros.

En junio de 2014 está previsto un viaje técnico con la USC y los ganaderos del programa para visitar granjas lecheras de Holanda y recibir información de la administración holandesa sobre el sector lácteo de ese país.

SELLO DE CALIDAD

Todos los productos lácteos producidos por Nestlé en España llevan, desde noviembre de 2013, el **sello de Producto Lácteo Sostenible**, que reconoce el apoyo al sector lácteo español y los distingue como alimentos de calidad y de alto valor nutritivo. También certifica que la leche empleada y sus derivados son de origen nacional.



En 2013, Nestlé realizó 2.507 auditorías de abastecimiento responsable a proveedores de primer nivel, con un cumplimiento total del 70%

Abastecimiento responsable

Los consumidores y otros grupos de interés demandan recibir información sobre el origen de los ingredientes que se emplean en los productos Nestlé, así como del modo de producción. Por este motivo, la trazabilidad y la transparencia de la cadena de suministro de Nestlé adquieren una importancia cada vez mayor.

Las cadenas de suministro de la compañía son complejas tanto geográfica como lingüísticamente, lo que ralentiza los avances. Las iniciativas de mejora y sus materiales formativos se adaptan continuamente a las necesidades de los mercados locales para que el cambio sea eficiente. En términos prácticos,





compartir conocimientos y medir su eficiencia es un reto constante en Nestlé.

En 2013, la compañía a nivel mundial realizó 2.507 auditorías de abastecimiento responsable a proveedores de primer nivel, con un cumplimiento total del 70%. En la

actualidad, un 17% del volumen de las 12 materias primas clave de Nestlé es trazable. En septiembre de 2013, el 100% del aceite de palma tenía certificación de la Mesa Redonda de Aceite de Palma Sostenible (RSPO), incluyendo RSPO segregado y certificados de GreenPalm.

Eliminación del trabajo infantil

En 2013, Nestlé comenzó a implementar un nuevo **Marco de Desarrollo Rural** en el que incluyó por primera vez indicadores detallados de derechos humanos en su cadena de suministro. Los retos son enfocarse en el cumplimiento de los derechos humanos en las operaciones de la compañía en todos los países, aumentar la conciencia entre los empleados e integrar el respeto a los derechos humanos en la trazabilidad y la gestión de la cadena de suministro. El **Programa de Diligencia Debida de Derechos Humanos** de Nestlé aborda este tema.

En la actualidad, unos 168 millones de niños son obligados a trabajar en el mundo. Nestlé considera que una empresa no puede resolver los problemas de normativa laboral del

sector agrícola por sí misma y que las soluciones eficaces a largo plazo exigen un enfoque múltiple que comprende al sector, los gobiernos y las ONG. La compañía aspira a evitar y eliminar todas las formas de trabajo infantil en su cadena de suministro, respetando las circunstancias familiares y la legítima necesidad de desarrollo rural.

Nestlé es socio de la **Fair Labor Association (FLA)** y en 2013, siguiendo sus recomendaciones, trabajó en la Iniciativa Internacional del Cacao (ICI) para introducir sistemas de seguimiento y eliminación del trabajo infantil. También en colaboración con la FLA, Nestlé implementó planes de acción centrados en las materias primas y los países de mayor riesgo de trabajo infantil.



Nestlé aspira a evitar y eliminar todas las formas de trabajo infantil en su cadena de suministro, respetando las circunstancias familiares y la legítima necesidad de desarrollo rural



Equipo humano





- 62** Las personas, el activo máspreciado de Nestlé
- 63** Iniciativa de empleo juvenil Nestlé needs YOUth
- 64** La seguridad laboral, una prioridad en Nestlé
- 66** Compromiso con la salud y el bienestar de los empleados
- 67** A favor de la igualdad de género y la conciliación de la vida laboral y familiar
- 68** Voluntariado corporativo
- 69** Reconocimientos
- 69** Nestlé Continuous Excellence: generando valor para clientes y consumidores



Las personas, el activo máspreciado de Nestlé

Según los Principios Corporativos Empresariales de Nestlé, «las personas que trabajan en la compañía constituyen su activo más valioso», una afirmación que refleja la vocación de la empresa de mantener una relación a largo plazo con sus empleados.

Para Nestlé, sus recursos humanos desempeñan un papel esencial en la concepción y puesta en marcha de estrategias que logren un buen impacto sobre los resultados económicos y financieros y sobre la reputación de la compañía. La meta es conseguir una **organización flexible, simple y eficiente** en la que las personas se conviertan en protagonistas del cambio.

Las políticas de Nestlé en relación con sus empleados persiguen los objetivos de:

- > Promover oportunidades de empleo, apoyar la estabilidad laboral y fomentar la formación continua y el desarrollo profesional.
- > Garantizar la seguridad laboral.
- > Mejorar la salud y el bienestar de los empleados.
- > Promover la igualdad de género y la conciliación de la vida laboral y familiar.
- > Favorecer un buen ambiente de trabajo.


Alrededor de 333.000 personas conforman el equipo humano de Nestlé, 5.600 de ellas en España.

PROMOVER OPORTUNIDADES DE EMPLEO Y FOMENTAR LA ESTABILIDAD LABORAL Y LA FORMACIÓN CONTINUA

En España, el índice de permanencia del personal de Nestlé es de 14,3 años y el 93% de la plantilla está compuesta por trabajadores fijos. Facilitar a cada empleado los medios adecuados para el desarrollo de sus competencias profesionales con el fin de que pueda sentirse satisfecho con su labor es fundamental para conseguir la estabilidad laboral.

Cada año, el área de Recursos Humanos de Nestlé elabora un **plan de formación** en horario laboral que abarca distintas disciplinas profesionales, idiomas y otros ámbitos de mejora personal. En 2013, Nestlé en España ofreció más de 150.000 horas de formación, lo que supuso 27 horas por empleado, con una inversión de 1,5 millones de euros.

En 2013, con el fin de dar respuesta al reto del desempleo juvenil generado a raíz de la crisis económica, Nestlé en Europa añadió un ambicioso objetivo: comprometerse con la promoción de oportunidades de empleo entre el colectivo de menores de 30 años.



Alrededor de 333.000 personas conforman el equipo humano de Nestlé, 5.600 de ellas en España





The Nestlé European Youth Employment Initiative

Iniciativa de empleo juvenil Nestlé needs YOUth

En noviembre de 2013, Nestlé presentó la **Iniciativa Europea de Empleo Juvenil «Nestlé needs YOUth»**, que ofrecerá 10.000 oportunidades de trabajo y 10.000 puestos de prácticas y formación en las fábricas y centros de I+D de Nestlé para jóvenes europeos menores de 30 años entre 2014 y 2016.

Esta iniciativa se basa en el compromiso constante de Nestlé de invertir en Europa. «Queremos hacer todo lo que podamos para potenciar y desarrollar las habilidades de los jóvenes y aumentar su grado de empleabilidad», afirmó Laurent Freixe, vicepresidente ejecutivo y director de la Zona Europa de Nestlé.

En España, 1.250 jóvenes se beneficiarán de esta iniciativa en los próximos tres años. De ellos, unos 750 pasarán a formar parte de la compañía para cubrir nuevas necesidades de empleo. Los restantes participarán en programas de formación profesional

dual vigentes en la Oficina Central y en las fábricas de Girona, La Penilla (Cantabria) y Pontecesures (Pontevedra); programas internacionales, y conciertos educativos con universidades e institutos de Formación Profesional.

La Iniciativa de Empleo Juvenil contempla también un ámbito de asesoramiento y otro que promueve alianzas por el empleo con proveedores de la compañía.

Las fábricas de La Penilla y de Girona acogieron en 2013 a alumnos de Formación Profesional para realizar prácticas como parte de su formación académica, gracias a sendos convenios con el Gobierno de Cantabria y con la Generalitat de Catalunya. La planta de Girona ha creado 400 nuevos empleos en los últimos cuatro años y ha incorporado a 81 jóvenes menores de 30 años en los últimos dos años. En La Penilla se han consolidado 140 puestos de trabajo adicionales con carácter indefinido en los últimos cinco años.



Nestlé ofrecerá 10.000 oportunidades de trabajo y 10.000 puestos de prácticas y formación a jóvenes europeos menores de 30 años entre 2014 y 2016

PRÁCTICAS PROFESIONALES PARA UNIVERSITARIOS CON DISCAPACIDAD

En el marco de la Iniciativa Europea de Empleo Juvenil de Nestlé, en 2013, Nestlé y Fundación Universia firmaron un acuerdo de dos años para el desarrollo del **Programa Incluye de Prácticas Profesionales**. Este programa de prácticas remuneradas está dirigido a estudiantes o recién diplomados/graduados con discapacidad y pretende impulsar la integración de personas con discapacidad en la vida social, laboral y educativa.

Las prácticas se han llevado a cabo en la Oficina Central de Nestlé en Esplugues de Llobregat (Barcelona) y continuarán durante el año 2014.

El compromiso de Nestlé con la integración laboral de personas con discapacidad no se circunscribe sólo a los jóvenes. Gracias a acuerdos con diversas entidades como la Fundación Adecco, STARDRAW o FEMAREC, entre otras, Nestlé ofrece oportunidades de empleo a personas con discapacidades físicas o intelectuales más allá de lo que



establece la ley, ejemplificando así la función social de integración de la diversidad.

En 2013, el conjunto de las sociedades de Nestlé en España cumplió con la Ley de Integración Social de los Minusválidos (LISMI), llegando al 2,56% de empleabilidad, incluyendo las medidas alternativas utilizadas que contempla la ley.



En 2013, el conjunto de las sociedades de Nestlé en España cumplió con la Ley de Integración Social de Minusválidos (LISMI)

La seguridad laboral, una prioridad en Nestlé

Crear un entorno de trabajo seguro y saludable para sus empleados es uno de los objetivos prioritarios de Nestlé. En este sentido, resulta fundamental el programa de la compañía **«Seguridad basada en el comportamiento»**, cuyo fin es lograr que los trabajadores interioricen la cultura de la prevención de riesgos y la incorporen a sus hábitos de conducta.

Además, Nestlé ofrece a sus empleados talleres, jornadas de sensibilización y campañas de comunicación que inciden en la seguridad laboral. A continuación se explican las principales iniciativas sobre el tema desarrolladas por Nestlé en España en el año 2013.

IMPLANTACIÓN DEL PROGRAMA «BEHAVIOUR BASED SAFETY» (BBS) EN LA OFICINA CENTRAL Y VENTAS

2013 ha sido el año de la implantación y la consolidación del **programa BBS** en la Oficina Central de Esplugues de Llobregat (Barcelona) y entre los colectivos de Ventas de Nestlé en España.

Este programa ofrece formación sobre temas de seguridad laboral a los empleados para que puedan identificar los riesgos derivados del comportamiento propio y del grupo. Las personas formadas como «observadores BBS» pueden establecer espontáneamente con los

colaboradores un diálogo de seguridad cuando detecten una actitud peligrosa o insegura. El objetivo final es lograr un compromiso de cambio hacia una actitud segura.

TRES AÑOS SIN ACCIDENTES EN LA FÁBRICA DE MIAJADAS Y UN AÑO EN LA DE REUS

Gracias a la concienciación e implicación de todos los colaboradores en materia de seguridad, el 22 de enero de 2013 se cumplieron tres años sin accidentes (con baja y sin baja laboral) en la fábrica de Miajadas (Cáceres).

Las buenas prácticas en comportamiento y el empeño por trabajar en unas condiciones seguras son los pilares sobre los que se ha basado este logro. En Miajadas se ha desarrollado la iniciativa «Aquí te pillo, aquí te ayudo» y se ha llevado a cabo un intenso plan de formación en materia de seguridad.

Por su parte, la planta de Reus celebró también un año sin accidentes. Durante los últimos años, los colaboradores de este centro se han focalizado en la reducción de los hábitos inseguros mediante la identificación de actitudes y condiciones peligrosas.

VIRTUAL RISK MANAGER: SEGURIDAD AL VOLANTE

El negocio de Productos del Café llevó a cabo en 2013 dos pruebas piloto de la nueva herramienta Virtual Risk Manager, cuyo objetivo es mejorar la seguridad en la conducción de vehículos y avanzar en la campaña de comunicación «**Safe Driving**».

A través de esta herramienta con una interfaz tipo web, 165 colaboradores con vehículo de empresa contestaron una serie de preguntas y realizaron ejercicios sobre sus conocimientos y comportamientos en la conducción. A partir de las respuestas, Virtual Risk Manager elaboró un perfil de riesgos de todos los colaboradores frente al volante.

LA OFICINA CENTRAL RECIBE LA CERTIFICACIÓN OHSAS

La Oficina Central de Nestlé en Esplugues de Llobregat (Barcelona) superó en 2013 con éxito y ninguna «no conformidad» la **auditoría del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo de Oficina Central según la Norma OHSAS 18001:2007**, que especifica los requisitos necesarios para facilitar a la organización el control de sus riesgos



Nestlé ofrece a sus empleados talleres, jornadas de sensibilización y campañas de comunicación que inciden en la seguridad laboral





Nestlé promueve revisiones médicas periódicas y campañas de prevención de algunas enfermedades entre sus empleados

en materia de seguridad y salud laboral y se basa en la mejora continua.

El certificado, emitido por ENAC y TÜV Rheiland Ibérica, garantiza un sistema de gestión reconocido internacionalmente como instrumento de mejora continua en materia de prevención de riesgos laborales.

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

Con motivo del Día mundial de la Seguridad y la Salud en el Trabajo, el 28 de abril, Nestlé desarrolló varias

iniciativas para sensibilizar a los colaboradores sobre la importancia de la seguridad en el entorno laboral.

Con ese objetivo se realizó un vídeo con testimonios de hijos de colaboradores que compartieron consejos de seguridad bajo el mensaje «Si a ti te pasa algo, a tu familia también. Piensa en tu seguridad. Piensa en su felicidad».

En la Oficina Central, además, se distribuyó una guía de buenas prácticas para la conducción segura y ecoeficiente enmarcada dentro de la campaña de comunicación «Safe Driving».

Compromiso con la salud y el bienestar de los empleados

El cuidado y la mejora de la salud y el bienestar de sus colaboradores es un aspecto fundamental para Nestlé, que ha sido precursora en este ámbito y promueve distintas iniciativas relacionadas con el tema desde hace años. Algunas de las acciones que la compañía fomenta entre sus empleados son:

- > Revisiones médicas periódicas en relación con los riesgos de cada puesto de trabajo.
- > Menús equilibrados en los comedores de empresa.
- > Programas tutelados para dejar de fumar y contra el sobrepeso y la obesidad.
- > Campañas médicas de prevención de enfermedades.
- > Revisiones ginecológicas anuales gratuitas para el personal femenino.

ERGONOMÍA PARTICIPATIVA

La iniciativa «Ergonomía participativa» lanzada el año anterior en los negocios de helados y productos del café, se consolidó en 2013 extendiéndose a otros centros de trabajo de Nestlé en España.

Las lesiones musculoesqueléticas constituyen la principal consecuencia de la accidentabilidad laboral, por lo

que es preciso llevar a cabo cursos, campañas informativas e, incluso, la puesta en práctica de ejercicios de estiramientos. Éstas y otras medidas preventivas para el buen uso de todo el sistema musculoesquelético han permitido a los trabajadores de la compañía mejorar el conocimiento y la percepción del propio cuerpo, así como de las posturas en todos sus entornos.



La Comisión de Igualdad de Nestlé España aborda cuestiones relacionadas con la igualdad de trato y oportunidades entre hombres y mujeres

A favor de la igualdad de género y la conciliación de la vida laboral y familiar

IGUALDAD DE GÉNERO

En el año 2013 se ha dado un nuevo impulso a la voluntad de lograr una igualdad efectiva entre mujeres y hombres con la constitución, el día 11 de julio, de la **Comisión de Igualdad de Nestlé España S.A.**, como un lugar de encuentro, debate y seguimiento de cuestiones relacionadas con la igualdad de trato y oportunidades entre hombres y mujeres. A esta comisión acude el delegado de igualdad de cada uno de los centros de trabajo de Nestlé, que ha sido designado por el correspondiente comité de empresa.

Fruto del trabajo de la comisión fue la firma, el día 17 de diciembre, del **Plan de Igualdad de Nestlé España S.A.** Con ello, se consigue un único plan para toda la compañía y se asumen los compromisos de cada uno de los planes de igualdad que cada centro tenía ya firmados en materia de comunicación, promoción, selección, contratación, retribución y formación.

CONCILIACIÓN DE LA VIDA LABORAL Y FAMILIAR

Con el fin de mejorar no sólo el rendimiento de sus empleados, sino también de contribuir a mejorar su vida y a satisfacer sus necesidades personales, Nestlé impulsa una serie de políticas que permiten conciliar la vida laboral y familiar:

- > **Flexibilidad horaria**, para empleados con tareas administrativas.
- > **Flexibilidad en el tiempo:** vacaciones fraccionadas a la carta o días de permiso a cuenta de horas.
- > **Flexibilidad en el espacio:** ordenador portátil con conectividad a la red de Nestlé para el personal que lo requiera por motivos profesionales, videoconferencia o reuniones *on-line*.

En 2013 se han iniciado pruebas piloto de teletrabajo empleando diversas fórmulas, para analizar cuál puede ser la que mejor se adapte a las características de los diferentes puestos de trabajo y, así, poder implantarlas de manera más general en un futuro cercano.



Voluntariado corporativo

Como parte de su objetivo de contribuir a mejorar la sociedad, Nestlé España está fomentando en los últimos años el voluntariado corporativo entre sus empleados y les ofrece facilidades para que puedan dedicar una parte de su tiempo a colaborar con causas sociales. En 2013, la comunidad de voluntarios llega a 450 miembros (casi un 10% de la plantilla) y no deja de crecer.

Para ayudar a sensibilizar y concienciar a los colaboradores sobre la importancia del voluntariado corporativo, Nestlé organizó en septiembre de 2013 **el segundo Encuentro de ONG** en la Oficina Central de Esplugues de Llobregat (Barcelona) bajo el lema «Acércate a ell@s». Las organizaciones Cruz Roja, Fundación Exit, Casal dels Infants, Fundació Ires y Fundació Formació i Treball tuvieron la oportunidad de compartir su misión y sus áreas de actividad con los colaboradores de la Oficina Central.

En el stand de Cruz Roja, los empleados pudieron conocer de primera mano la campaña Becas Comedor Escolar «Ningún niño sin comida, ningún niño sin comedor», para la que Nestlé garantizó 12.500 comidas equilibradas en comedores escolares.

Por su parte, los colaboradores participaron activamente donando ropa usada para la cooperativa Roba Amiga. Esta entidad se ocupa de la reutilización y el reciclaje de este material mediante un modelo de negocio eficiente que fomenta la integración de personas en riesgo de exclusión.

También se situó una mesa para la inscripción de nuevos voluntarios en el programa «Tu plato es salud», que ofrece formación saludable dirigida a colectivos en riesgo de exclusión.

El apartado «Acción social» de este informe incluye otras actividades de voluntariado corporativo llevadas a cabo en 2013.





Reconocimientos

UNA DE LAS EMPRESAS MÁS ATRACTIVAS PARA TRABAJAR EN ESPAÑA

La consultora de Recursos Humanos **Randstad** ha considerado a Nestlé una de las tres empresas más atractivas para trabajar dentro del sector de alimentación y bebidas de España, según el resultado de un estudio internacional independiente sobre *employer branding*.

Este estudio ha medido la imagen de las compañías como empleadoras, para lo cual ha trabajado en un modelo que permite a las empresas

medir su capacidad de atracción del talento, desgranando los aspectos en los que se fijan los candidatos cuando buscan una empresa para trabajar.

MEJOR EMPRESA PARA TRABAJAR DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA

Por tercer año consecutivo, Nestlé ha sido considerada la mejor empresa para trabajar de la industria española de alimentación y bebidas, según el **estudio Merco Personas 2013**, que identifica a las empresas que optimizan la gestión del talento en su organización. En el ranking global, Nestlé se sitúa en décimo lugar.



Nestlé Continuous Excellence: generando valor para clientes y consumidores

Nestlé Continuous Excellence (NCE) es una iniciativa que inspira a todos los trabajadores de la compañía a comprender lo que los consumidores y los clientes valoran. NCE ofrece un conjunto de prácticas que ayudan a que toda la organización esté alineada con las prioridades comunes, de manera activa y contribuyendo a eliminar lo que no agrega valor.

La finalidad es conseguir que las actividades se ejecuten con un nivel de seguridad máximo, con un claro objetivo de cero accidentes, cero defectos y cero pérdidas en

toda la cadena de valor. Gracias a NCE, se están produciendo mejoras sustanciales en diversos aspectos, como por ejemplo en materia de **seguridad laboral** en las fábricas o en el ámbito del medio ambiente.

NCE es ya una realidad en Nestlé; a finales de 2013 ya estaba presente en el día a día del 90% del personal de fábricas y en el 60% de la plantilla de Nestlé en España. Durante los próximos años está planificada su completa extensión a todos los negocios de la compañía.

NCE supone una auténtica transformación de las personas y los procesos con el fin de generar más valor para consumidores y clientes



Acción social



- 72** La labor de Nestlé en favor de la comunidad
- 72** Donaciones para los más desfavorecidos
- 74** Cooperación con la labor social de Cruz Roja
- 75** Colaboraciones en temas relacionados con la salud
- 76** Apoyo a personas con discapacidad
- 76** Iniciativas de ayuda a los animales sin hogar
- 77** Otras acciones solidarias



Nestlé participa activamente en iniciativas que persiguen la consecución de los Objetivos de Desarrollo del Milenio promovidos por Naciones Unidas

La labor de Nestlé en favor de la comunidad

Nestlé es consciente de que, como empresa líder, sus acciones tienen una importante repercusión en la comunidad, y por ello apoya y promueve los **10 principios del Global Compact de Naciones Unidas**, que abordan los derechos fundamentales de las personas, los derechos laborales y las cuestiones sobre el medio ambiente y el buen gobierno de las empresas.

Nestlé participa también activamente, junto con otras organizaciones, en iniciativas que persiguen la consecución

de los **Objetivos de Desarrollo del Milenio** promovidos por Naciones Unidas. Los Objetivos del Milenio se centran en dar prioridad a las acciones necesarias para satisfacer las necesidades más acuciantes de la población de los países en desarrollo y se refieren a asuntos como la reducción de la pobreza y el hambre, la educación, la salud de la mujer, la población infantil o la reducción de enfermedades endémicas. También plantean el problema de la sostenibilidad medioambiental.



Donaciones para los más desfavorecidos

PRODUCTOS NESTLÉ PARA BANCOS DE ALIMENTOS Y OTRAS ENTIDADES

Consciente del incremento de la pobreza causado por la crisis económica, Nestlé lleva a cabo una

política establecida para la **donación regular de sus productos** a personas necesitadas a través de los bancos de alimentos. En 2013, la compañía proporcionó a estas organizaciones 316 toneladas de productos Nestlé.

En el mes de diciembre, se organizó una acción de voluntariado entre los empleados de la sede central de Nestlé a favor de **Fundació Banc dels Aliments**, entidad con la que la empresa colabora desde 1987. La acción consistió en ayudar en tareas de clasificación y embalaje de productos donados por los ciudadanos en la tradicional campaña «Gran recogida de alimentos». En cuatro turnos de tres horas, 140 voluntarios de Nestlé clasificaron 200 grandes bañeras de productos.

En la fábrica de Miajadas (Cáceres), un grupo de trabajadores del centro se reunieron el sábado 23 de marzo de forma voluntaria para preparar el etiquetado de excedentes de tomate frito de manera que pudieran donarse a Cáritas. En total se entregaron **2.241 kilos de tomate frito** para su reparto entre las familias necesitadas.

El sábado 25 de mayo, la práctica totalidad de la plantilla de la fábrica de Pontecesures (Pontevedra) trabajó de forma desinteresada en la

producción de leche condensada, en una iniciativa bautizada como «**Turno solidario**». El valor de esta jornada de trabajo se transformó en más de 6.500 botes de **La Lechera** que, sumados a otros tantos que aportó la compañía (**13.000 botes**, en total), fueron donados a Cruz Roja.

ENTREGA DE MATERIAL INFORMÁTICO

De manera regular y desde hace años, Nestlé realiza donaciones de material informático diverso procedente de la renovación periódica de los equipos de la Oficina Central.

En 2013 se donaron 25 portátiles y 42 monitores a Banc de Recursos y 20 ordenadores portátiles a Aula Escola Europea. El objetivo es hacerlos llegar a escuelas de otros países y también a algunas entidades sociales locales con el fin de equipar aulas y complementar proyectos educativos. También se entregaron 15 portátiles a la ONG Fundación Recover Hospitales para África.



En 2013, Nestlé proporcionó a distintas organizaciones sociales 316 toneladas de productos Nestlé destinados a personas necesitadas



Cooperación con la labor social de Cruz Roja

Nestlé, que coopera desde 1963 con Cruz Roja, patrocina la campaña anual de captación y promoción de voluntarios de esta entidad que colaboran para paliar las carencias de colectivos vulnerables.

En 2013, Nestlé España y Cruz Roja firmaron un acuerdo mediante el cual la compañía se sumó al **«Programa Becas Comedor Escolar»** promovido por la institución humanitaria. A través de esta iniciativa, Cruz Roja beca una parte o la totalidad del coste del comedor escolar a niños en riesgo de exclusión social.

Nestlé realizó una aportación económica directa a este programa con la que se garantizaron un mínimo de 12.500 comidas equilibradas en comedores escolares, y sumó

10 euros por cada idea que los trabajadores de la compañía aportaron al programa interno «Innova 2.0», mediante el cual los empleados presentan ideas para nuevos productos. De esta forma, Nestlé donó 3.930 euros más al programa.

La acción se complementó con una campaña bajo el epígrafe **«Ningún niño sin comida, ningún niño sin comedor»**, con la que se promovió la donación económica de los empleados a título personal, a través de una página web de Cruz Roja destinada a esta acción. En total, la aportación conjunta a través de las diferentes acciones llevadas a cabo por Nestlé y sus empleados ascendió a los 90.000 euros.



Nestlé se sumó en 2013 al «Programa Becas Comedor Escolar» de Cruz Roja





Colaboraciones en temas relacionados con la salud

El objetivo de Nestlé como compañía es mejorar la nutrición, la salud y el bienestar de las personas a través de la alimentación. Por ese motivo, Nestlé colabora con diferentes organizaciones que tienen metas similares a las suyas y que intentan mejorar la calidad de vida de personas con determinadas problemáticas.

Por ejemplo, la Oficina Central de Esplugues de Llobregat (Barcelona) acogió el 8 de mayo una mesa petitoria para recolectar fondos contra el cáncer, en colaboración con la campaña «Luchemos para perder el miedo al cáncer de la **Asociación Española Contra el Cáncer (AECC)**.

También la sede central de Nestlé colabora cada año con el **Banco de Sangre y Tejidos de la Generalitat de Catalunya**, invitando a participar a los empleados en la campaña de donación de sangre. En 2013 cabe destacar la alta participación de los empleados de Nestlé en la sede de Valencia, un 10%, en la campaña de donación de sangre en dicha localidad.

PROGRAMA «TU PLATO ES SALUD»

Desde 2011, en el marco de la promoción del voluntariado corporativo, Nestlé impulsa la iniciativa **«Tu plato es salud»**, un programa de formación en alimentación saludable dirigido a colectivos en situación de riesgo nutricional.

Entre 2012 y 2013, **40 voluntarios impartieron 35 talleres participativos** a diferentes colectivos de la tercera edad de Barcelona y su área metropolitana. En total, 500 ancianos se beneficiaron de estos talleres, que les proporcionaron pautas para poder llevar unos hábitos saludables en términos de alimentación, ejercicio físico y elementos psicosociales. La finalidad es conseguir que el colectivo de las personas mayores goce de un envejecimiento activo y mejore su calidad de vida.

«Tu plato es salud» se desplegó, asimismo, en Girona. 18 voluntarios de la fábrica de dicha ciudad compartieron sus conocimientos de nutrición saludable con colectivos en riesgo de exclusión social.



Entre 2012 y 2013, 40 voluntarios de Nestlé impartieron 35 talleres de «Tu plato es salud» a diferentes colectivos de la tercera edad





Apoyo a personas con discapacidad

Las personas con discapacidades físicas o psíquicas son otro de los colectivos sobre los que Nestlé enfoca su acción social. La compañía colabora en España con distintas entidades que trabajan a favor de los discapacitados, como la **Fundación Pro-disminuidos Finestrelles** o la **Fundación Adecco**, que promueve el empleo entre este colectivo.

En 2013 se llevaron a cabo, entre otras iniciativas, un teatro solidario para conseguir fondos destinados

a la Fundación Finestrelles de Esplugues de Llobregat, con más de 150 entradas vendidas, y un Sant Jordi solidario también con esta entidad en el que se recaudaron fondos a partir de la venta de rosas y artículos artesanales hechos por los propios usuarios del centro de discapacitados. Por su parte, la fábrica de La Penilla (Cantabria) colabora con la Fundación Síndrome de Down de la comunidad autónoma a la que pertenece.



Nestlé colaboró en 2013 con nueve protectoras de animales en una campaña para recaudar alimentos destinados a perros y gatos sin hogar

Iniciativas de ayuda a los animales sin hogar

En abril, Nestlé España inició, con la colaboración de nueve protectoras de animales, la **campana «Eres lo mejor»**, consistente en recaudar el máximo número de kilos de alimento para perros y gatos sin hogar a través de microdonaciones en Internet.

La iniciativa contó con el soporte de Purina, que aportó 3.000 kilos de alimento. Por cada microdonación de 1,5 euros, que representaba 1 kilo de comida para una protectora, Purina donó otro kilo extra. El presentador

de televisión Christian Gálvez y la concursante de la quinta edición de «Gran Hermano», Ainhoa Pareja, apoyaron la iniciativa.

En Navidad, Purina lanzó otra campaña a favor de los animales sin hogar en su página de Facebook. La **iniciativa «Esta Navidad ninguna mascota sin comida»** tuvo como eslogan «1 click=1 comida», y permitió conseguir 15.000 comidas para las mascotas, perros y gatos, de la asociación Las Nieves de Madrid.

Otras acciones solidarias



Nestlé colabora con el ayuntamiento de Esplugues de Llobregat (Barcelona) en la campaña anual de **donación de juguetes** para niños necesitados. También lleva a cabo una campaña de **recogida de tapones solidarios**, que se destinan a diferentes causas.

Por otra parte, a través de la marca NESCAFÉ, se llevó a cabo en enero de 2013 una **acción a favor de Cáritas** mediante una aplicación de

Facebook. Por cada «me gusta» que los fans de la causa solidaria «Lo que pueden hacer 5 céntimos» enviaron, NESCAFÉ donó esa cantidad de dinero en producto. La participación de los internautas permitió repartir 64.800 tazas de NESCAFÉ entre personas que reciben atención por parte de Cáritas.

IDEAS SOLIDARIAS A TRAVÉS DE «INNOVA 2.0»

El programa interno de Nestlé «Innova 2.0», que permite a los empleados aportar ideas sobre nuevos productos, lanzó a todos los colaboradores de Nestlé España un reto muy especial: por cada idea compartida entre el 9 de abril y el 11 de octubre, la compañía donaría 10 euros al Banco de Alimentos o al «Programa Becas Comedor Escolar» de Cruz Roja en España.

La participación de los colaboradores fue muy positiva y se registraron un total de 721 ideas que supusieron la entrega de 3.930 euros al «Programa Becas Comedor Escolar» de Cruz Roja y 3.280 euros a Fundació Banc dels Aliments de Barcelona.



Gracias a las 721 ideas aportadas por los colaboradores a través del programa «Innova 2.0», se entregaron 3.930 euros a Cruz Roja y 3.280 a Fundació Banc dels Aliments



Principales retos de Nestlé



- 80** Nutrición
- 81** Sostenibilidad ambiental y agua
- 82** Desarrollo rural
- 83** Equipo humano

NUTRICIÓN



EN ESPAÑA



Mejora del perfil nutricional de los productos

Promover una alimentación saludable durante los primeros 1.000 días de vida del bebé

- Promover la lactancia materna.
- Proporcionar los productos nutricionalmente más avanzados para los bebés cuando no es posible la lactancia materna.

Mejorar continuamente los productos destinados a niños de entre 3 y 12 años

- Cereales para el desayuno**
- Reducción de azúcar: menos de 9 gramos de azúcar por ración.
 - Reducción de sal: contenido máximo de 135 mg de sodio por ración.
 - Cereales integrales: primer ingrediente, con un contenido mínimo del 27%.

Helados

- Calorías máximas: 110 kcal/unidad **antes del fin de 2014.**

Para fin de 2014, alinearnos con las recomendaciones de la OMS en relación con las grasas trans

Reducir la cantidad de sal en todas las especialidades culinarias

- Culminar la reducción del 20% de sal **desde 2004 hasta 2015.**
- Lanzamiento de productos 0% sal/azúcares.

Utilizar exclusivamente colorantes y aromas naturales

- **Antes del fin de 2015** en chocolates y helados para niños.



Información nutricional

Proporcionar la máxima información nutricional

- 100% de productos con Nutritional Compass.
- Evolución a etiquetado complementario a través de códigos QR.
- Informar y promover un consumo responsable a través de una recomendación de la porción más adecuada para cada persona y momento.

No hacer publicidad a niños menores de 6 años y cumplir con los códigos de autorregulación publicitaria

- Cumplimiento de nuestro código propio.
- Adhesión a los códigos voluntarios de regulación publicitaria: PAOS y EU Pedge.



Educación nutricional y fomento de hábitos saludables

Impulsar programas de educación nutricional y ejercicio físico

- Patrocinador-Fundador del programa Thao-Salud Infantil.
- *Partner* de la Federación Internacional de Atletismo.
- Comunicación publicitaria con leyendas de hábitos de vida saludables.

Promover la divulgación científica entre profesionales de la salud

- Hemeroteca científica.
- Cursos, guías y materiales educativos.
- Participación en *webinars* y congresos y formación científica continuada.

Promover entre nuestros empleados la formación y las herramientas necesarias para convertirlos en embajadores en nutrición y hábitos saludables

SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL Y AGUA



+	Energía	En España, para 2014 – Reducir el consumo de energía en un 3%.
+	Residuos	<p>En España, para 2014 – Reducir los residuos a vertedero en un 10%.</p> <p>En Europa, para 2020 – Alcanzar «cero residuos» a vertedero en los 150 centros de producción europeos.</p>
+	Emisiones	<p>En España, para 2014 – Reducir las emisiones (directas e indirectas) de gases con efecto invernadero por tonelada de producto acabado en un 3,5%.</p> <p>En todo el mundo, para 2020 – Reducir la emisión de gases con efecto invernadero en un 20% respecto a 2010.</p> <p>En Europa, para 2014 – Todas las nuevas cámaras congeladoras de helados usarán refrigerantes naturales.</p>
+	Envasado	En todo el mundo – Ampliar el alcance de nuestro diseño ecológico de envases cambiando PIQET, herramienta que optimiza el rendimiento medioambiental del envasado, por una solución más amplia e integral que cubre toda la cadena de valor, denominada EcodEX (<i>Ecodesign for Sustainable Product Development and Introduction</i>).
+	Biodiversidad	En todo el mundo, para 2020 – Alcanzar la deforestación neta cero vinculada a los productos Nestlé.
+	Agua	<p>EN ESPAÑA</p> <p>Para 2014 – Reducir el uso de agua por tonelada de producto acabado en un 10%.</p> <p>Para 2014 – Continuar con los proyectos de ahorro de agua en todas las fábricas.</p> <p>Para 2014 – Continuar con la implementación del cultivo de producción integrada del tomate para reducir la cantidad de agua de riego.</p> <p>Para 2014 – Realizar un estudio de vulnerabilidad de recursos hídricos en todas las fábricas.</p> <p>Para 2020 – Disminuir el uso de agua por tonelada de producto en todas las categorías de productos hasta un 40% desde 2010.</p>



DESARROLLO RURAL



<p>+</p>	<p>Cocoa Plan</p>	<p>Para 2014 – Abastecernos de 80.000 toneladas de cacao con el Nestlé Cocoa Plan; implementar seguimiento y eliminación de trabajo infantil en 12 cooperativas más; construir 10 escuelas; formar a 25.000 agricultores de cacao; distribuir al menos 1 millón de plantas a agricultores.</p> <p>Para 2015 – Abastecernos de 100.000 toneladas de cacao con el Nestlé Cocoa Plan y finalizar nuestro programa de construcción de escuelas (40 escuelas en cuatro años).</p> <p>Para 2016 – Abastecernos de 120.000 toneladas de cacao con el Nestlé Cocoa Plan.</p> <p>En España, para 2016 – El 100% de la producción de chocolate en la fábrica de La Penilla (Cantabria) con destino al mercado nacional se elaborará con cacao proveniente del Nestlé Cocoa Plan certificado por UTZ Certified.</p>
<p>+</p>	<p>Nescafé Plan</p>	<p>Para 2015 – Abastecernos de 180.000 toneladas de café de Farmer Connect, 100% en línea con la norma básica de sostenibilidad 4C (la Asociación Código Común para la Comunidad del Café [4C] es un grupo integrado por múltiples partes interesadas con miembros comerciales e industriales, de la sociedad civil y empresas activas en la cadena de suministro del café).</p> <p>Para 2020 – Abastecernos de 90.000 toneladas (cifra total de 2010 a 2020) de café que cumpla los principios de la Red de Agricultura Sostenible (coalición internacional de grupos destacados de conservación en agricultura sostenible que cuenta con normas de protección medioambiental, responsabilidad social y vitalidad económica) y distribuir 220 millones de plántulas de café.</p>
<p>+</p>	<p>Programa AAA de NESPRESSO</p>	<p>Ampliación del programa a América Latina, para avanzar en el objetivo final de lograr el abastecimiento de NESPRESSO con café 100% procedente del Programa AAA de NESPRESSO.</p>
<p>+</p>	<p>Abastecimiento responsable</p>	<p>A nivel mundial, para 2015 – Realizar 10.000 auditorías de abastecimiento responsable, con un objetivo de cumplimiento total del 70%; 750 auditorías en Europa; en España y Portugal realizar auditorías a 150 proveedores (dato acumulado).</p> <p>Para 2015 – Trazabilidad de un 40% del volumen de 12 materias primas clave: aceite de palma, soja, azúcar, café, cacao, productos lácteos, mariscos, karité, vainilla, avellanas y carne, aves de corral y huevos.</p>
<p>+</p>	<p>Erradicación del trabajo infantil</p>	<p>Para 2015 – Completar los planes para el cultivo del cacao, las avellanas y la vainilla, con formación a 60.000 granjeros formados en prácticas laborales; 60 escuelas construidas o reformadas; 80% de las cooperativas cubiertas por un sistema de seguimiento y eliminación del trabajo infantil (100% para 2016).</p>



EQUIPO HUMANO 

+	Seguridad	En España para 2014 – Disminuir la accidentabilidad en un 30%, sin registrarse ningún accidente grave; reducir al 3% la tasa de accidentes con baja y al 3,54% la tasa de accidentes con y sin bajas.
+	Iniciativa de Empleo Juvenil de Nestlé	En España, para 2014 – Ofrecer 190 oportunidades formativas y 250 oportunidades de trabajo.
+	Clima laboral	En España, para 2014 – Consolidar la encuesta «Nestlé y Yo» como una herramienta de mejora continua para los equipos, alcanzando una participación del 90%; derivado de la encuesta, poner en marcha un mínimo de dos planes de acción por <i>manager</i> que reciba informe de resultados.
+	Voluntariado	En España, para 2014 – Dar continuidad al Programa de Voluntariado Nestlé en la Oficina Central de Nestlé en España y extrapolarlo a más fábricas y sociedades del Grupo.



Enlaces de interés

En español

www.empresa.nestle.es

www.agustoconlvida.es

www.nestle.es/nutricion

www.nestle-tv.es

<http://corporate.nescafe.es>

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

www.nestlecocoaplan.com

www.nestlehealthscience.es

En inglés

www.nestle.com/csv

www.research.nestle.com

www.nestleinstitutehealthsciences.com


www.youtube.com/user/NestleCSV



Informe de Creación de Valor Compartido 2013 de Nestlé S.A.

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

 www.facebook.com/Nestle.Es

 www.flickr.com/photos/nestle_es

© Nestlé España, S.A., julio de 2014

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

Coordinación global y supervisión

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

Edición, diseño, maquetación y producción

www.cege.es

Depósito legal

B. 26712-2011





Nestlé

Creación de Valor Compartido

Nutrición | Agua | Desarrollo Rural