



Good Food, Good Life

# Informe sobre Creación de Valor Compartido 2010

Nestlé en España



# Índice

- La visión de nuestro Director General, Bernard Meunier **01**
- Nestlé en el mundo y en España **04**
- La Creación de Valor Compartido **16**
- Nutrición, salud y bienestar **24**
- Sostenibilidad medioambiental y Agua **40**
- Desarrollo rural **54**
- Equipo humano **66**
- Acción social **80**
- Sobre este informe **86**

# Indicadores Clave de Nestlé en España

	2008	2009	2010	GRI*
<b>Económicos</b>				
Ventas totales (millones de euros)	2.136	2.077	2.209	
Exportaciones totales (millones de euros)	336	307	383	
Inversiones totales (millones de euros)	88	91	86	
Volumen empleado de materias primas e ingredientes, excepto agua (toneladas)	454.348	421.557	453.425	✓
Porcentaje de cifra de negocios procedente de nuevos productos	10%	12,1%	15,5%	
<b>Nutrición</b>				
Porcentaje de colaboradores de Nestlé en España que reciben formación en nutrición	100%	100%	100%	
Productos analizados en el marco del programa 60/40+ (% sobre el total de ventas)	–	34%	48%	
Productos ganadores en el marco del programa 60/40+ (denominados 60/40+ win) (% sobre el total de ventas)	–	74%	74%	
Productos que cumplen el criterio Nutritional Foundation (NF) (% sobre el total de ventas)	–	73%	76%	
N.º de niños beneficiarios de programas de educación nutricional de Nestlé	25.258	33.570	46.364	
<b>Comunicación responsable</b>				
Productos cubiertos por el Nestlé Nutritional Compass (% sobre el total de ventas)	100%	100%	100%	
Productos con la cantidad diaria orientativa (CDO) (% sobre el total de ventas)	100%	100%	100%	
Visitas a websites con contenidos nutricionales	2.436.122	3.125.813	5.259.304	
Personas que reciben información nutricional online	–	723.801	1.641.434	
Número de newsletters enviados online sobre temas nutricionales	13.537.514	35.456.628	42.944.460	
Número de consultas sobre nutrición recibidas en el Servicio de Atención al Consumidor de Nestlé	5.664	5.483	5.185	
<b>Sostenibilidad medioambiental y Agua</b>				
Inversiones totales en materia medioambiental (millones de euros) (1)	5,0	7,8	3,5	✓
Plantas con certificación ISO 14001	5	9	13	✓
<b>Agua</b>				
Volumen total de agua empleada (miles de m³)	9.850	8.889	9.115	✓
Agua empleada por tonelada de producto (m³/tonelada de producto)	11,55	11,14	11,02	✓
Volumen total de agua vertida (miles de m³)	2.058	1.861	2.276	✓
<b>Energía</b>				
Consumo total de energía (Gigajulios)	3.271.682	2.997.601	3.191.563	✓
Consumo total de energía por tonelada de producto (Gigajulios/tonelada de producto)	3,84	3,76	3,86	
<b>Emisiones</b>				
Emisiones directas de CO <sub>2</sub> (toneladas)	178.324	149.168	155.714	✓
Emisiones directas de CO <sub>2</sub> por tonelada de producto (kg de CO <sub>2</sub> /tonelada de producto)	209	187	188	
Emisiones de CO <sub>2</sub> en operaciones logísticas (kg de CO <sub>2</sub> /toneladas ventas) (2)	–	119,50	118,95	
<b>Envases y reciclado</b>				
Volumen total del material de embalaje (toneladas) (2)	106.366	87.637	101.857	✓
Volumen de embalaje por tonelada de producto (kg/tonelada de producto) (2)	124,68	109,79	123,11	✓

(1) Cifras que comprenden el global de las empresas del Grupo Nestlé en España, excepto Nestlé Purina PetCare.

(2) Cifras que comprenden el global de las empresas del Grupo Nestlé en España, excepto Nespresso.

(3) Cifras que comprenden el global de las empresas del Grupo Nestlé en España, excepto Nestlé Waters y Nestlé Purina PetCare.

	2008	2009	2010	GRI*
<b>Tratamiento de residuos</b>				
Residuos totales (toneladas)	8.563	6.976	9.234	✓
Residuos por tonelada de producto (kg/tonelada de producto)	10,04	8,74	11,16	✓
Subproductos para valorización (toneladas)	92.730	88.305	97.110	
Subproductos por tonelada de producto (kg/tonelada de producto)	108,70	110,60	117,37	
<b>Desarrollo Rural</b>				
Inversión anual en programas de formación para proveedores lecheros (euros) <sup>(2)</sup>	270.248	311.909	320.000	
Microcréditos destinados a mejora de explotaciones lecheras (euros) <sup>(2)</sup>	493.714	298.271	376.000	
Ganaderos lecheros formados mediante programas de desarrollo de las capacidades <sup>(2)</sup>	659	628	597	
Proveedores lecheros verificados respecto a seguridad, calidad y procesamiento <sup>(2)</sup>	659	628	597	
<b>Equipo Humano</b>				
Total plantilla (plantilla media anual)	5.950	5.675	5.901	✓
Plantilla media anual hombres/mujeres	-	3.826/1.847	3.904/1.997	✓
Promedio de antigüedad (años de permanencia en la empresa)	25	20	17	
Índice de absentismo (porcentaje de horas de absentismo/total de horas trabajadas)	5,5%	4,0%	4,4%	
Auditorías CARE: no conformidades en materia de Integridad en el negocio en % - leves/graves/críticas	-	41/0/0	34/0/0	
Auditorías CARE: no conformidades en materia laboral en porcentaje: leves/ graves/críticas	2/0/0	15/5/0	12/1/0	
<b>Selección</b>				
Porcentaje de contratación indefinida	80%	82%	86%	
<b>Formación</b>				
Total de horas de formación	111.508	188.672	225.578	
Horas de formación por empleado	19	33	38	✓
Inversión en formación (euros)	1.500.000	2.100.000	1.950.000	
<b>Desarrollo profesional</b>				
Porcentaje de personal promocionado	2%	4,3%	6,7%	
Porcentaje de personal promocionado por sexo: hombre/mujer	56% / 44%	51% / 49%	49% / 51%	
Porcentaje de mujeres en puestos de liderazgo	-	23,3%	24,1%	✓
<b>Salud y seguridad laboral (prevención de riesgos laborales)</b>				
Muertes (empleados y contratistas)	1	0	1	✓
Lost time injury frequency rate de empleados y contratistas (índice de frecuencia = N.º de accidentes con baja x 1.000.000/N.º de horas trabajadas)	9,21	6,09	4,73	
Total recordable injury frequency rate de empleados y contratistas (índice de frecuencia = N.º de accidentes con y sin baja x 1.000.000/N.º de horas trabajadas)	18,51	15,87	9,30	
Plantas con certificación OHSAS 18001	5	9	13	
<b>Conciliación de la vida personal/profesional</b>				
Porcentaje de empleados acogidos a alguna medida de conciliación	36%	48%	48%	
<b>Diversidad</b>				
Porcentaje equivalente de empleo a discapacitados (incluidas las medidas alternativas LISMI)	2,01%	2,13%	2,41%	

(\*) KPI (indicador clave de rendimiento) corresponde a un indicador GRI G3 (Global Reporting Initiative).

# La visión de nuestro Director General, Bernard Meunier

*“Pretendemos ir más allá de la responsabilidad social corporativa a través de la Creación de Valor Compartido”*

## ¿Cuál es su visión del compromiso de Nestlé con el desarrollo sostenible?

Nestlé considera que los negocios se deben gestionar de manera que generen, a la vez, valor para el accionista y para la sociedad, hoy y a largo plazo. Es lo que denominamos *Creación de Valor Compartido*. Esta es la forma de actuar de Nestlé desde su implantación en España hace más de cien años y es la única que puede asegurar la sostenibilidad económica y social. Porque una empresa sólo puede tener un éxito duradero si crea riqueza para la sociedad.

Esto significa garantizar el **cumplimiento** de leyes y regulaciones internas en un primer nivel, adaptar **estándares** y aplicar **políticas de sostenibilidad** medioambiental en un segundo nivel y, por último, en un paso más allá, identificar aquellas áreas en las que empresa y sociedad tienen intereses comunes y mayor potencial para la optimización de valor compartido.

## ¿Cuáles son estas áreas clave que suponen un reto para Nestlé en materia de Creación de Valor Compartido?

A partir de un análisis de la cadena de valor de Nestlé en todo el mundo, hemos determinado que las áreas en las que podemos influir en mayor medida para aportar valor a la sociedad son la **nutrición**, el **agua** y el **desarrollo rural**.

La **nutrición**, porque es la esencia de nuestra actividad y tiene un impacto directo en la salud y el bienestar de nuestros consumidores. Nuestra misión es poner a disposición de las

personas productos de la máxima calidad, saludables, sabrosos y nutricionalmente equilibrados, para cualquier momento del día y para todas las etapas de la vida. El **agua**, porque la calidad constante y su disponibilidad resultan fundamentales para la vida, así como para la producción de alimentos y para nuestras operaciones. Y el **desarrollo rural**, porque el bienestar general de los agricultores, las comunidades rurales, los trabajadores, los pequeños empresarios y proveedores son intrínsecos a nuestra capacidad para continuar haciendo negocios en el futuro.

## ¿Cuál es el secreto para que una empresa de las dimensiones de Nestlé trabaje en todo el mundo con un mismo objetivo en términos de Creación de Valor Compartido?

La base de la Creación de Valor Compartido es el establecimiento de unos valores y principios empresariales comunes en todo el mundo para todos los que trabajamos en Nestlé, principios que promuevan el respeto hacia las personas y el medio ambiente.

La misión de la dirección es fomentar que dichos principios por los que se rige la empresa sean inculcados a los colaboradores y alimentados cada día en todos los ámbitos de su actividad. La responsabilidad de la empresa empieza en la responsabilidad individual de todas y cada una de las personas que trabajan en ella. Por eso son tan importantes los principios y valores que establece la compañía. Quien no comulga con ellos, no tiene cabida en Nestlé.

**“Las áreas en las que estamos convencidos que podemos aportar mayor valor a la sociedad son la nutrición, el agua, y el desarrollo rural”**

### Se trata de la primera memoria de sostenibilidad publicada por Nestlé en España. ¿Cuáles son las razones que han motivado esta publicación?

Desde que Nestlé empezó su actividad en 1867, ha ido evolucionando bajo sólidos **valores** y principios humanos, realizando así importantes avances en cuanto a la gestión **responsable** y **sostenible** del negocio. Esta dinámica se ha ido mostrando a través de la publicación del informe de Creación de Valor Compartido de Nestlé a escala internacional y de los distintos canales de comunicación utilizados por la compañía.

No obstante, dada la importancia de la actividad de Nestlé en España, y al vínculo y compromiso que tenemos con nuestras operaciones en España desde que en 1905 Nestlé instaló su primera fábrica en La Penilla de Cayón (Cantabria), hemos querido **plasm** en un único documento nuestras políticas en materia de Creación de Valor Compartido y **profundizar** en la actividad llevada a cabo por **Nestlé en España**, a fin de mantener un alto nivel de transparencia hacia nuestros stakeholders a nivel nacional.

### ¿Considera que el complicado entorno económico actual puede reducir los esfuerzos realizados en la Creación de Valor Compartido?

Creemos que en tiempos de crisis adquiere mayor relevancia aportar un **valor diferencial** a la sociedad, aspecto directamente relacionado con la innovación y la creatividad. Como ejemplos, vemos que con un futuro en que se prevé escasez de agua, invertir en sistemas eficientes de gestión para minimizar su uso comporta mayores beneficios para la empresa y para la sociedad; o que con la creación de nuevos productos que aporten un plus nutricional cubrimos las necesidades del consumidor, ayudamos a mejorar la salud de las personas y contribuimos a reducir el gasto público en sanidad; o que ayudando a través de la formación y la capacitación

técnica a ganaderos y pequeños agricultores, aumentamos la calidad y el rendimiento de sus explotaciones, contribuyendo a mejorar sus ingresos y bienestar y obteniendo para nuestros productos materias primas de la máxima calidad.

### ¿Cómo ha afrontado Nestlé en España los retos del 2010?

Pese al complejo contexto económico, Nestlé en España ha retomado el buen camino en el 2010 **creciendo** un **6,3%** y aumentando sus **exportaciones** en un **24,7%** respecto al año anterior.

Este crecimiento se debe a múltiples factores. En primer lugar destacaría tanto la constante inversión en **innovación** en productos, que en el 2010 representa ya un 15,5% de la cifra de negocios total, como la **inversión** realizada en la **estructura productiva** y la alta competitividad de las fábricas españolas, aspecto que ha permitido el buen comportamiento de las exportaciones. Todo ello unido a la apuesta por nuestras marcas, que han visto incrementada su inversión publicitaria en un 45% respecto al 2009.

Por otra parte, se debe reconocer el acierto en la estrategia de negocio, promoviendo tanto la gama de **productos premium**, como el segmento de **productos económicos**.

### ¿En qué áreas se han producido los logros más destacados?

Con la creencia de que la mejor receta para afrontar contextos de crisis es la innovación, en el 2010 se ha seguido consolidando el desarrollo de los negocios de **sistemas de café en cápsulas** (Nespresso y Nescafé Dolce Gusto), en los que el mercado español está ya entre los tres con mayor nivel de operaciones a escala mundial, con inversiones como la llevada a cabo para la construcción, y posterior ampliación, de una nueva planta para Nescafé Dolce Gusto en Girona.

Por otro lado, Nestlé ha **invertido** en España 86 millones de euros en el 2010, de los que más de un 5% se destinaron a **mejoras medioambientales**. Las fábricas que han recibido una mayor inversión son las de Girona, La Penilla (Cantabria), Araia (Álava), Sevares (Asturias), Reus (Tarragona) y Valladolid. Por negocios, las mayores inversiones se destinaron a los de cafés, chocolates, helados, nutrición infantil y aguas embotelladas.

Todas estas actuaciones son una muestra más del **compromiso a largo plazo** de Nestlé en España, donde a través de nuestras trece plantas productivas queremos contribuir al desarrollo económico y social del país, proporcionando a los consumidores productos que respondan en todo momento a sus necesidades y que creen **valor para todos**.

**“Nestlé en España ha crecido un 6,3% en el 2010 gracias, entre otros factores, a las inversiones en innovación y al aumento de las exportaciones”**



# Nestlé en el mundo y en España







	Fábricas	Empleados	Ventas
Europa	150	33%	34%
América	168	40%	45%
Ásia, África y Oceanía	125	27%	21%

## Nestlé en el mundo

Nestlé fue fundada en 1867 por Henri Nestlé y actualmente es la empresa líder mundial en nutrición, salud y bienestar. Está presente en 84 países con 443 fábricas y 29 centros de I+D, emplea a 278.000 personas y en el 2010 las ventas han ascendido a 109.722 millones de francos suizos (aproximadamente 79.000 millones de euros).

5.901 empleados  
y 13 centros  
de producción  
repartidos por todo  
el territorio nacional

## Nestlé en España

Como empresa líder a nivel mundial, Nestlé adopta el compromiso de gestionar los negocios de forma responsable, generando riqueza tanto para la empresa como para la sociedad. Esto es lo que denomina **Creación de Valor Compartido**, su visión de la responsabilidad empresarial en la que se refleja el compromiso adquirido tanto con el medio ambiente como con los diferentes grupos de interés. Compromiso que queda plasmado en los **10 Principios Corporativos Empresariales de Nestlé**, de obligado cumplimiento para todos los empleados de la compañía.

En consonancia con esta filosofía de negocio, Nestlé adopta la misión y el reto de **contribuir a la nutrición, la salud y el bienestar** de las personas, poniendo en sus manos productos sabrosos, nutricionalmente equilibrados y de la máxima calidad para cualquier momento del día y lugar, y para todas las etapas de la vida.

Por esta razón cuenta con la más amplia gama de productos, desde alimentos infantiles hasta suplementos nutricionales para necesidades específicas, chocolates, cafés, lácteos, helados, aguas, cereales para el desayuno y productos culinarios, así como alimentos para mascotas.

### Datos clave de Nestlé en España

*Las ventas de Nestlé en España han ascendido en el 2010 a **2.209 millones de euros**, empleando a **5.901 personas**. La sede central se encuentra en Esplugues de Llobregat (Barcelona) y cuenta con **trece centros de producción** repartidos por todo el territorio nacional. Estas fábricas destacan por su alto nivel de competitividad, aspecto que permite que se exporte el 40% del total de su producción. Las exportaciones, que han alcanzado los 383 millones de euros en el 2010, tienen como destino principal Europa (90,5%) y han crecido un 25% respecto al ejercicio anterior.*



# Lo más destacado del 2010

- Apuesta por la innovación, los productos *premium* y los productos económicos: Nescafé Dolce Gusto, Naturnes, Nestlé Gold (helados, cacao soluble, chocolates y bombones), Gama Recetas Artesanas de La Cocinera, Maggi Directo al Horno y Nescafé Green Blend, entre otros.
- Puesta en marcha de la nueva planta de Nescafé Dolce Gusto en Girona que, tras varias ampliaciones en su capacidad de producción, ha generado 250 puestos de trabajo y tiene previsto llegar a los 400 en el 2012.
- Nestlé, elegida la tercera empresa con mejor reputación del sector de alimentación y bebidas por MERCO, y la empresa con mejor reputación en el sector de alimentación y bebidas según el estudio TRACKING MERCO 2010, que recoge la opinión de los consumidores españoles.
- Certificación de la sede de Nestlé España según la ISO 14001 de medio ambiente, que se suma a la certificación ISO 9001 de calidad, obtenida en el 2009.
- Certificación LEED para la planta de Nescafé Dolce Gusto, la primera fábrica de toda España en obtener este reconocimiento a los edificios construidos con criterios medioambientales.
- Nescafé Classic –en la categoría Cafés e Infusiones– y Nescafé Dolce Gusto –en la de Sistemas de café en Cápsulas–, elegidos “Producto del Año” 2010 por los consumidores españoles, por su carácter innovador.
- Se constituye Nestlé Purina PetCare: la marca Purina vuelve al mercado español.
- Nestlé lanza una campaña de comunicación multimarca bajo el lema “A gusto con la vida”, en la que participan seis marcas de Nestlé, con una inversión de 10 millones de euros. Martina Klein es la imagen de la campaña por su compromiso con una alimentación sana y equilibrada.
- Nestlé, la empresa más premiada en Alimentaria 2010, con un total de tres premios INNOVAL –por los productos Directo al Horno de Maggi, Naturnes frutas y Helado Nestlé Hannah Montana con micrófono– y nueve galardones BEST PACK.
- Estreno de “Échale una mano a Àngel Liàcer”, nuevo programa de NESTLÉ TV en torno al mundo de la cocina y las recetas.
- Aniversarios: 100 años de la llegada al mercado español de La Lechera, 50 años de la llegada al mercado español de La Cocinera, 25 años de presencia en el mercado español de Chocapic.
- Inauguración de nuevas líneas de producción en la fábrica de helados de Araia que, con una inversión de 10,3 millones de euros y la creación de 200 nuevos puestos de trabajo, la convierten en uno de los centros de referencia de la estructura productiva de helados de Nestlé en Europa.
- Nestlé, premiada por su iniciativa “Lean en Compras”, en la categoría “Integración de proveedores en la cadena de valor” de los premios “El Diamante de la Compra”, concedidos por la Asociación Española de Profesionales de Compras, Contratación y Aprovisionamientos (AERCE).
- Convenio de colaboración entre UNESCOCAT y la marca de agua Viladrau, para promover hábitos de consumo sostenible de agua mineral natural.
- El Programa Wellness de Nestlé recibe el Premio PAAS que otorga el Departament de Salut de la Generalitat de Catalunya, como reconocimiento al impulso de la actividad física y la alimentación saludable. Esta distinción se suma al Premio Estrategia NAOS, otorgado por la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN).

## Organización de Nestlé en España

Nestlé en España se estructura a través de diversas entidades jurídicas<sup>1</sup>. La de mayor dimensión es Nestlé España, S.A., la cual, además de desarrollar una actividad plenamente operacional, es la sociedad holding principal del Grupo en la Península Ibérica.

Los negocios de Nestlé en España están íntimamente relacionados con los realizados en Portugal, dadas las evidentes sinergias resultantes de una estructura ibérica, captando así los mejores valores de ambos países y organizaciones.

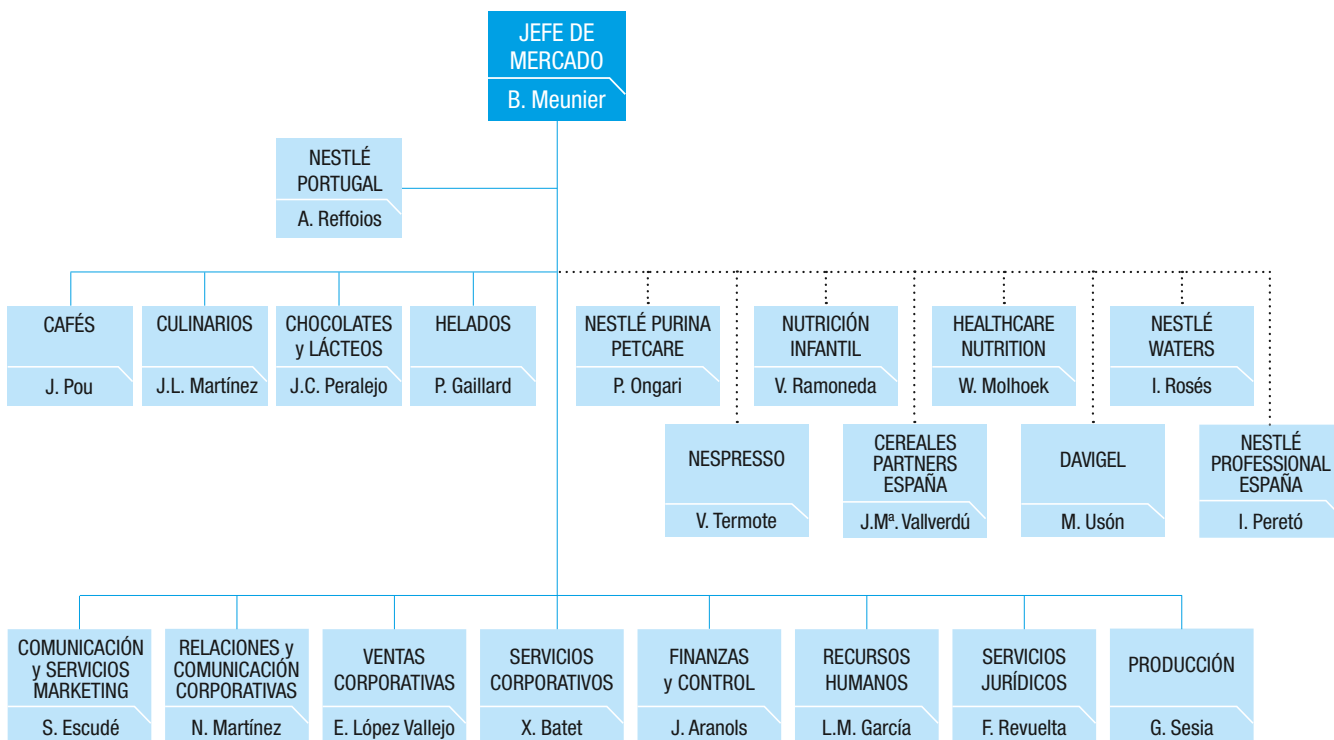
Bernard Meunier, Vicepresidente y Director General de Nestlé España, S.A., es el *Jefe de Mercado* de la Región Ibérica de Nestlé.

En su organización interna, Nestlé en España se estructura en diversas *Direcciones de Negocio*, que son apoyadas por una serie de *Direcciones Corporativas*<sup>2</sup>.

**(1) Relación de 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., Nestlé Healthcare Nutrition S.A. y Cereal Partners España AEIE (50%).

**(2) Organigrama interno de Nestlé en España:**



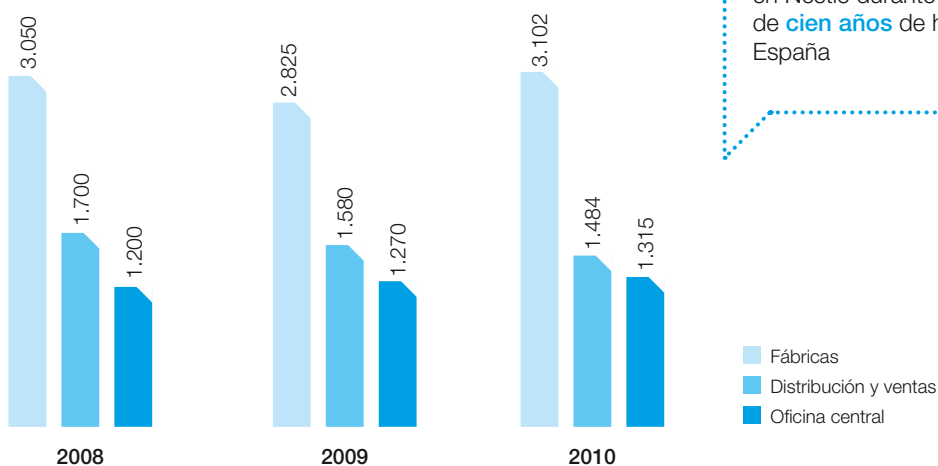
Actualmente, Nestlé dispone de **13 centros** de producción distribuidos en 7 comunidades autónomas

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
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 Caldes de Malavella (Girona)	Aguas embotelladas
11 Viladrau (Girona)	Aguas embotelladas
12 Herrera del Duque (Badajoz)	Aguas embotelladas
13 Castellbisbal (Barcelona)	Alimentos para mascotas



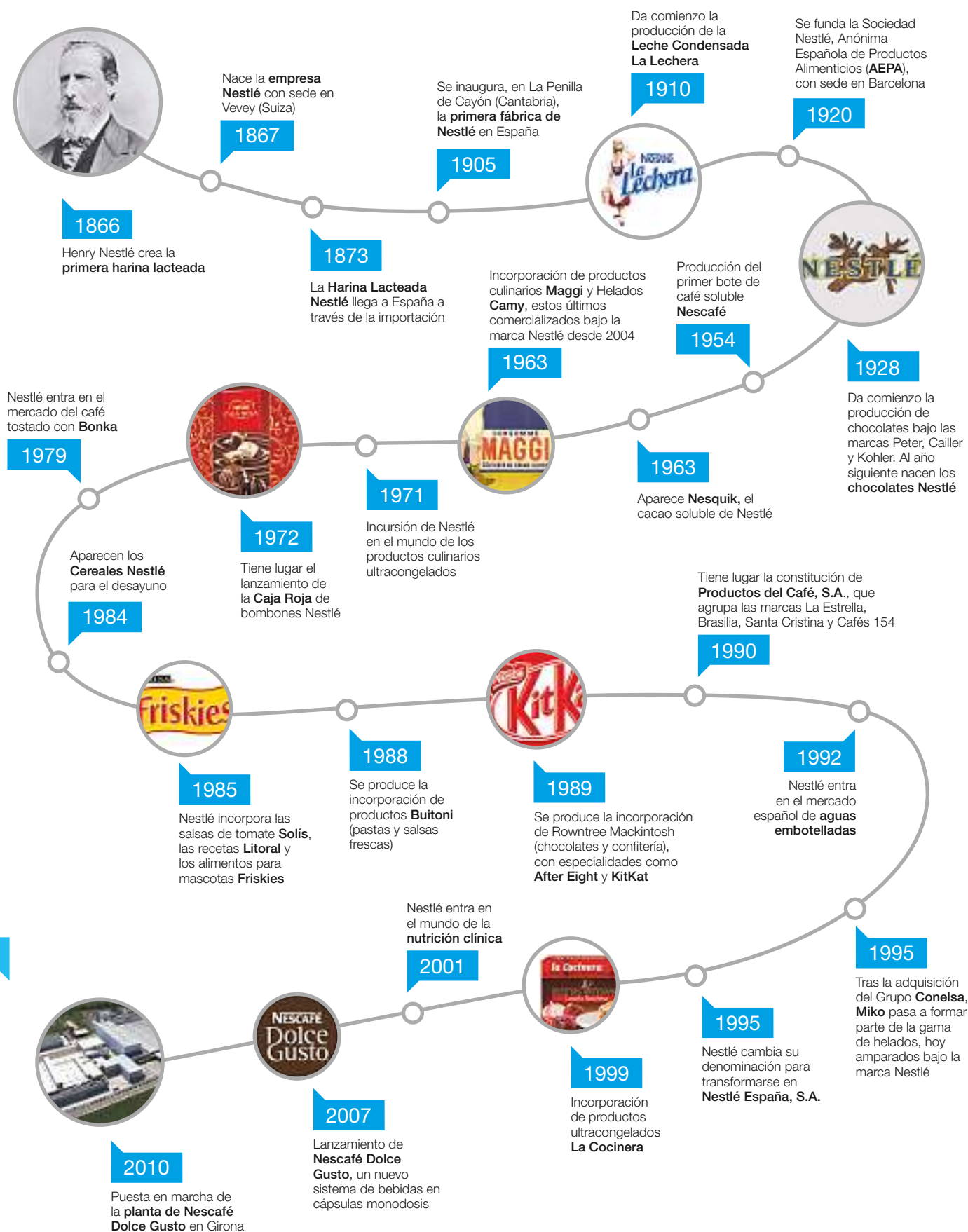
**Centros de producción**  
 ● Nestlé España ● Nestlé Waters ● Nestlé Purina PetCare  
 ■ Oficina Central Nestlé España S.A.

### Evolución de la plantilla media anual



Unas **100.000** personas han trabajado directamente en Nestlé durante sus más de **cien años** de historia en España

## Fechas clave de la historia de Nestlé en España



Unas **75.000** personas en España viven, directa o indirectamente, de la actividad que genera Nestlé



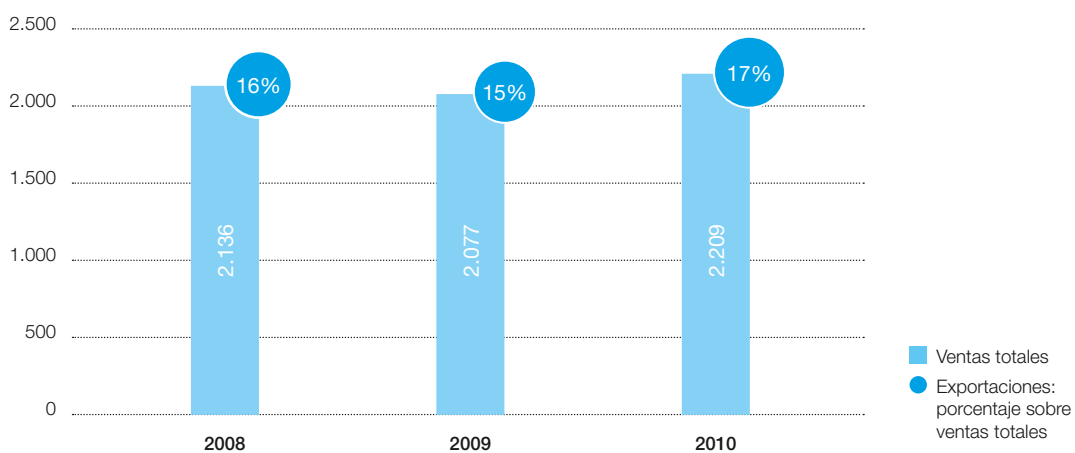
## Principales datos económicos

Millones de euros

Indicadores económicos	2008	2009	2010
Ventas totales	2.136	2.077	2.209
Exportaciones	336	307	383
Inversiones totales	88	91	86
Inversiones industriales	64	69	68
Inversiones no industriales	24	22	18

## Evolución de ventas totales y exportaciones

Millones de euros



100 millones

de tabletas de chocolate son vendidas por Nestlé en España en un año

3 millones

de tazas de Nesquik son consumidas cada día en España

6,5 millones

de tazas de Nescafé son consumidas en los hogares españoles cada día

## Principales marcas y áreas de negocio

### Chocolates



### Cereales



### Helados



### Cafés



### Alimentos para mascotas





Aguas embotelladas



Culinarios



Lácteos



Alimentación infantil



Healthcare nutrition



Fuera del hogar



## Principales innovaciones en producto

Chocolates



Tabletas Nestlé Gold



Tabletas Capriccio



Nestlé Joe

Cereales



Fitness Miel y Almendras

Helados



Nestlé Gold



Maxibon Cookie

Cafés



Nescafé Dolce Gusto



Nescafé Green Blend



Monodosis Bonka, La Estrella y Santa Cristina

14

Alimentos para mascotas



Purina ProPlan



Purina ProCare



Purina One

Culinarios



Maggi Directo al Horno



Recetas Artesanas  
La Cocinera



Litoral, al estilo  
de la abuela



Buitoni Piaceri

Lácteos



Cacao instantáneo  
Nestlé Gold



Nuevo Nesquik con más  
vitaminas y minerales, sin gluten

Alimentación infantil



Naturnes Multifrutas



iogolino Petit



Healthcare nutrition



Optifast



Meritene Junior

# La Creación de Valor Compartido



Nestlé

# Más allá de la RSC

Nestlé entiende que su responsabilidad empresarial consiste en gestionar los negocios de manera que generen valor para el accionista y, al mismo tiempo, para la sociedad, a largo plazo y de forma sostenible. Es lo que denomina **Creación de Valor Compartido**. Esta forma de actuar de Nestlé, desde su implantación en España hace más de cien años, la ha hecho merecedora del respeto y la confianza de los consumidores.

## Concepto de Creación de Valor Compartido

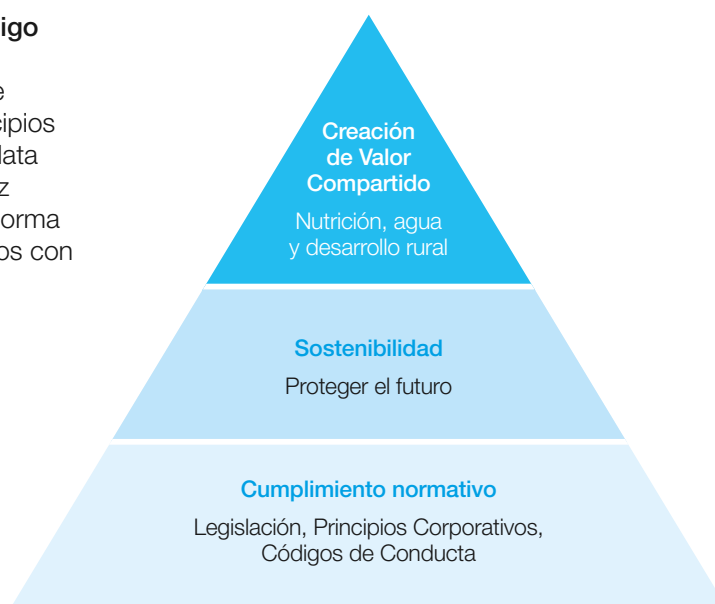
Como base del éxito a largo plazo, Nestlé considera que debe administrar sus operaciones de forma que cumplan los más altos estándares en lo que se refiere a práctica empresarial y sostenibilidad medioambiental. Esto implica el cumplimiento de convenios y legislaciones nacionales, así como sus propias normativas internas, que a menudo van más allá de las obligaciones legales. Estas normas internas de actuación se basan en los **Principios Corporativos Empresariales de Nestlé** y otros documentos corporativos como el **Código de Conducta Empresarial de Nestlé**, que constituyen la base de la cultura de empresa. La última revisión de los Principios Corporativos Empresariales de Nestlé data del año 2010. En ella se establecen diez principios empresariales que dictan la norma de actuación para con todos los públicos con los que se relaciona la compañía.

La **Creación de Valor Compartido** es un planteamiento muy distinto de responsabilidad social corporativa o empresarial, porque no se centra en cumplir una serie de criterios externos, ni objetivos filantrópicos

En el siguiente nivel, el de la sostenibilidad, se incluyen todas aquellas iniciativas orientadas a la gestión integral de la cadena de aprovisionamiento, tanto en lo que se refiere a la minimización del uso de recursos naturales, como a la reducción de residuos y del impacto medioambiental de nuestras fábricas, así como al ciclo de vida de los productos.

En el tercer nivel de la pirámide, la empresa identifica las áreas de mayor relevancia, es decir, aquéllas donde los intereses de los accionistas y la sociedad confluyen, pudiéndose optimizar la creación de valor para ambos. Como resultado, la empresa invierte recursos en términos de talento y capital en zonas donde el potencial de creación de valor común es mayor y busca medidas de colaboración entre las partes interesadas.

En definitiva, todas las decisiones estratégicas deben pasar por el filtro de su viabilidad a largo plazo.



# Los diez Principios Corporativos Empresariales de Nestlé

## Consumidores

### 1 Nutrición, Salud y Bienestar

Nuestro objetivo central es mejorar la calidad de vida de los consumidores día a día y en todos los lugares, ofreciéndoles una selección de alimentos y bebidas más sabrosas y saludables y fomentando un estilo de vida sano. Expresamos esta idea mediante nuestra propuesta «Good Food, Good Life».

### 2 Garantía de calidad y seguridad de los productos

En todos los lugares del mundo, la marca Nestlé representa la promesa al consumidor de que sus productos son seguros y de calidad.

### 3 Comunicación con el consumidor

Tenemos el compromiso de mantener una comunicación responsable y fiable con el consumidor, que le capacite para ejercer su derecho a una elección informada y que promueva una dieta sana. Respetamos la privacidad del consumidor.

## Derechos humanos y prácticas laborales

### 4 Derechos humanos en nuestra actividad empresarial

Apoyamos plenamente las directrices del Pacto Mundial de las Naciones Unidas sobre los derechos humanos y el trabajo y pretendemos ofrecer un ejemplo de buenas prácticas laborales y de derechos humanos en todas nuestras actividades empresariales.

## Nuestro personal

### 5 Liderazgo y responsabilidad personal

La clave de nuestro éxito está en nuestro personal. Mantenemos una actitud de dignidad y respeto mutuo y esperamos que todos nuestros empleados contribuyan a fomentar el sentido de la responsabilidad personal. Contratamos a personas competentes y motivadas que respetan nuestros valores, les ofrecemos igualdad de oportunidades de desarrollo y promoción profesional, protegemos su privacidad y no toleramos ninguna forma de acoso o discriminación.

### 6 Seguridad y salud en el trabajo

Estamos comprometidos con la prevención de accidentes, lesiones y enfermedades relacionados con el trabajo y con la protección de nuestros empleados, contratistas y demás personas que intervienen en la cadena de valor.

## Proveedores y clientes

### 7 Relaciones con proveedores y clientes

Exigimos a nuestros proveedores, agentes, subcontratistas y a sus empleados que demuestren honestidad, integridad y justicia, y que respeten nuestras normas, las cuales no son negociables. De la misma forma, nosotros estamos comprometidos en estos aspectos con nuestros clientes.

### 8 Agricultura y desarrollo rural

Contribuimos a mejorar la producción agrícola, el nivel social y económico de los agricultores, las comunidades rurales y los sistemas de producción para hacerlos más sostenibles desde el punto de vista medioambiental.

## El medio ambiente

### 9 Sostenibilidad medioambiental

Estamos comprometidos con prácticas empresariales medioambientalmente sostenibles. Nos esforzamos por emplear de forma eficiente los recursos naturales en todas las fases del ciclo de vida de nuestros productos, favorecemos el uso de recursos renovables gestionados de forma sostenible y nuestro objetivo es alcanzar «cero desperdicios».

### 10 El agua

Nuestro compromiso consiste en utilizar el agua de forma sostenible y mejorar continuamente su gestión. Somos conscientes de que el mundo se enfrenta a un reto cada vez mayor y que es absolutamente necesaria una gestión responsable de los recursos hídricos por parte de todos los usuarios.

Todo colaborador está obligado a conocer y a actuar de acuerdo con los diez principios de actividad empresarial, en los que, más allá del cumplimiento de la legislación, la empresa se compromete a aplicar unos estándares de actuación comunes en todos los países en los que está presente.

Nestlé es socio de **Forética**, red global de organizaciones y profesionales para el desarrollo de la responsabilidad social empresarial, con más de doscientos socios

Nestlé ha realizado un análisis de la cadena de valor determinando que las áreas con mayor potencial para la optimización de valor compartido con la sociedad son **la nutrición, el agua y el desarrollo rural**, y ha centrado sus actuaciones en el marco de la Creación de Valor Compartido en estos tres ejes.

Estas tres áreas resultan fundamentales para el objetivo global de negocio de Nestlé: “ser reconocida como empresa líder en nutrición, salud y bienestar y obtener la confianza de todos”. Por este motivo se llevan a cabo programas en colaboración con más de **cien organizaciones** de todo el mundo en estos tres ámbitos.

Utilizar nuestras estrategias de negocio y operaciones para crear valor para los **accionistas**

Tratar de mejorar las **condiciones económicas y sociales** de las personas y comunidades a lo largo de toda nuestra **cadena de valor**: agricultores que nos suministran materias primas, comunidades donde se encuentran nuestras fábricas, proveedores y socios comerciales que trabajan con nosotros

### Creación de Valor Compartido

Ofrecer a los **consumidores** productos nutritivos y sabrosos que contribuyan a su salud y bienestar

### Nutrición

Los alimentos y la nutrición son la base de la **salud** y de nuestro negocio – es la razón por la cual existimos.



### Agua

La **calidad** constante y su **disponibilidad** resultan fundamentales para la vida, así como para la producción de alimentos y para nuestras operaciones.



### Desarrollo rural

El **bienestar** general de los agricultores, las comunidades rurales, los trabajadores, los pequeños empresarios y los proveedores son intrínsecos a nuestra capacidad para continuar haciendo negocios en el futuro.



La Creación de Valor Compartido asegura el **crecimiento sostenible** de la compañía, aportando **valor a todo su entorno**

La Creación de Valor Compartido está plenamente **integrada** en todas las **operaciones y actividades** de la empresa, y, por lo tanto, depende de la gestión diaria de todos y cada uno de los **colaboradores**; asimismo, transmite **confianza** hacia todos los grupos que se relacionan con ella, desde

los accionistas hasta los consumidores, los clientes y proveedores, y la sociedad en el sentido más amplio. En este sentido, la Creación de Valor Compartido refuerza la **reputación** de Nestlé y mejora la relación con sus grupos de interés.

### Crear valor compartido en cada eslabón de la cadena de valor

		Agricultura y desarrollo local	Medio ambiente, fabricación y personal	Productos y consumidores		
		Conocimientos técnicos y apoyo a los agricultores	Ofrecer a los proveedores I+D y formación técnica continua	Invertir en plantas de producción locales	Crear marcas mediante prácticas de marketing responsable	Aumentar el volumen y el valor de las ventas
Valor compartido	Valor para Nestlé	Garantizar el suministro de materias primas de buena calidad	Mejorar las relaciones con la comunidad y la calidad de los productos	Reducir los costes de la fabricación y distribución	Acceder a mercados nuevos y emergentes	Obtener beneficios competitivos para nuestros accionistas
	Valor para la sociedad	Mejores cosechas y mayores ingresos	Reducir el consumo de recursos naturales	Crear puestos de trabajo en las comunidades locales	Ampliar el acceso a los productos nutritivos preferidos por los consumidores	Generar inversión local y crecimiento económico







## Premio Nestlé de Creación de Valor Compartido

El Premio de Creación de Valor Compartido fue creado por Nestlé en el 2009. Consiste en un premio a escala internacional de hasta **500.000 francos suizos** (aproximadamente 400.000 euros), que se otorga cada dos años a una persona física, ONG o pequeña o mediana empresa para invertir en una **solución innovadora** destinada a mejorar aspectos relacionados con la **nutrición**, la gestión y accesibilidad del **agua** o el **desarrollo rural**.

En el **primer** certamen del **premio** se presentaron 549 proyectos procedentes de 79 países, siete de ellos de nuestro país. La organización sin ánimo de lucro **International Development Enterprises (IDE) Camboya**, que desde el 2005 favorece el aumento de la productividad agrícola y los ingresos de pequeños agricultores en zonas rurales deprimidas de Camboya, fue la galardonada.

IDE utiliza enfoques empresariales para aumentar los ingresos en zonas rurales deprimidas, mejorando su acceso al mercado, aumentando la producción agrícola y creando empresas locales sostenibles. Para ello, desarrolla una red de pequeños empresarios rurales independientes, denominada Farm Business Advisors, que brindan asesoramiento técnico a pequeños agricultores para ayudarles a aumentar su productividad, vendiéndoles productos tales como semillas de alta calidad, fertilizantes, cercas de plástico y equipos de riego, así como servicios. En promedio, los agricultores que reciben su asesoramiento aumentan sus ingresos netos en torno a un 27%.

IDE Camboya empleará los 500.000 francos suizos con que está dotado el premio para contratar y formar a 36 nuevos asesores, con el objetivo de generar unos ingresos de aproximadamente 1,9 millones de dólares y beneficiar a cerca de 20.000 personas en más de **4.000 hogares rurales de Camboya**.

El ganador fue seleccionado por el Consejo Asesor de Creación de Valor Compartido de Nestlé y un grupo independiente de expertos internacionalmente reconocidos en materia de estrategia corporativa, nutrición, agua y desarrollo rural.

## Órganos para el impulso de la Creación de Valor Compartido

Para asegurar la implantación de la Creación de Valor Compartido en toda la organización, Nestlé ha constituido distintos órganos que

refuerzan la integración de las prácticas que la hacen posible en todas nuestras operaciones.

### Órganos de desarrollo de Creación de Valor Compartido

#### Consejo Asesor de Creación de Valor Compartido a escala internacional

##### Miembros

Externos a Nestlé, son expertos reconocidos internacionalmente en aspectos relacionados con la nutrición, el agua y el desarrollo rural.

##### Funciones

Actuar como asesores directos del Presidente y del Director General de Nestlé, durante tres años:

- Desarrollar el concepto de Creación de Valor Compartido.
- Analizar la cadena de valor de Nestlé.
- Sugerir posibles acciones.
- Ayudar en la dirección del Foro de Creación de Valor Compartido y en la elección del ganador del Premio Nestlé de Creación de Valor Compartido.

##### Objetivos

Incrementar el impacto positivo de Nestlé en la sociedad.

#### Comité de Creación de Valor Compartido de Nestlé en España

##### Miembros

Especialistas de diferentes áreas corporativas de la compañía, entre las que se encuentran: medio ambiente, recursos humanos, producción, logística y compras, así como distintas áreas de negocio.

##### Funciones

- Obtener sinergias de las buenas prácticas que llevan a cabo las empresas del Grupo en nuestro país.
- Elaborar planes estratégicos de Creación de Valor Compartido, especialmente en los ámbitos de la nutrición, el medio ambiente, el desarrollo rural y los recursos humanos, así como fijar objetivos y definir actuaciones para cumplirlos.
- Colaborar con la Dirección de Comunicación Corporativa de Nestlé en España en la comunicación interna y externa de las iniciativas llevadas a cabo.
- Conseguir ser reconocidos por todos los grupos de interés como empresa líder en Creación de Valor Compartido.

##### Objetivos

Promover la Creación de Valor Compartido en toda la cadena de valor, en todos los departamentos de la compañía y entre todas las personas que conforman el equipo humano de Nestlé en España.

## Mi visión de la Creación de Valor Compartido

### Javier Gómez Iruretagoyena

Fábrica de La Penilla, Cantabria



“Mi nombre es Javier y soy el responsable de la compra de leche fresca para la región ibérica. Nuestro departamento trata directamente con los ganaderos para que consigan los objetivos fijados por los Estados miembros de la Unión Europea en términos de calidad, seguridad alimentaria, bienestar animal y protección del medio ambiente. En este sentido, recientemente hemos editado y distribuido la Guía de Buenas Prácticas para los Ganaderos de la Leche, una herramienta para que ellos, con la ayuda de nuestros técnicos de campo, puedan certificar el cumplimiento de las normas en relación con estas áreas. Además, estamos llevando a cabo un proyecto con la Universidad de Santiago de Compostela y un grupo de ganaderos para evaluar y comparar la rentabilidad económica de sus explotaciones. **Para mí, la Creación de Valor Compartido** es extraer las conclusiones que puedan ayudar a los ganaderos a conseguir el mayor beneficio posible de su actividad y asegurar su futuro como proveedores de leche fresca, materia prima tan necesaria para nuestra actividad en Nestlé como para mantener la actividad económica de la Comisa Cantábrica”.

### Jordi Aymerich Sureda

Departamento de Medio Ambiente



“Soy ingeniero industrial y llevo 28 años en Nestlé. Soy responsable de la gestión medioambiental en el área de producción para España y Portugal. **Para mí, la Creación de Valor Compartido** va más allá de la sostenibilidad de los recursos naturales; es cuidar del medio ambiente en toda la cadena de valor, desde el granjero y el ganadero que nos proporcionan las materias primas de las que nos abastecemos hasta el consumidor cuando prepara nuestros productos en su casa, pasando por todas las operaciones logísticas. Creación de Valor Compartido es investigar en la elaboración de productos que requieran menos recursos naturales y produzcan menos emisiones en todo su proceso industrial, y menos agua y energía para su cocción en la cocina. De esta manera ganamos todos, empresa y sociedad. Y esto es futuro. Estoy convencido que sólo mejoraremos si todos aportamos nuestro granito de arena y colaboramos dentro de nuestra área de influencia.”

### Cristina Rovira Mata

Wellness Champion



“Soy Cristina y mi función en Nestlé es la de impulsar las acciones tendentes a que la compañía mantenga y refuerce su liderazgo en nutrición, salud y bienestar. Trabajo codo a codo con los equipos de marketing para que los productos y marcas respondan a este posicionamiento de la empresa, mejorando constantemente el perfil nutricional de nuestra oferta comercial. Otro de los caminos de **Creación de Valor Compartido** es el desarrollo de programas de educación nutricional, dirigidos tanto a los propios empleados de Nestlé como a públicos externos, especialmente aquellos cuyo objetivo es establecer unos correctos hábitos alimentarios entre los niños. Impulsando a la gente a llevar una vida más saludable, a través de la educación y la información sobre una dieta equilibrada, estoy convencida de que podemos obtener una mayor calidad de vida, un mayor bienestar físico y mental y, en definitiva, estar más a gusto con la vida.”

# Nutrición, salud y bienestar, para estar a gusto con la vida

- Red de investigación Nestlé:  
La clave para el liderazgo en Nutrición, Salud y Bienestar **26**
- El equilibrio nutrición-sabor **28**
- Información nutricional **30**
- Publicidad responsable **32**
- La educación como punto de partida **34**
- El bienestar de los empleados **36**
- Los principales retos de Nestlé en España **39**



15,5%

de las ventas  
aportado por la  
innovación

## Red de investigación Nestlé: la clave para el liderazgo en Nutrición, Salud y Bienestar

Nestlé, como empresa líder en alimentación y bebidas, tiene un reto: la nutrición, la salud y el bienestar de sus consumidores en cada etapa de su vida, en todo momento y lugar.

Para Nestlé, la nutrición constituye el área principal en la que desarrollar una gestión responsable en toda la cadena de valor, siendo su primera obligación la de ofrecer productos seguros y de la más alta calidad mediante la innovación y la investigación.

**Nestlé Research**, la organización de investigación y desarrollo de Nestlé, dispone de la mayor red privada mundial de I+D dedicada a la nutrición, y a la que dedicó en el 2010 cerca de **1.400 millones de euros**. Las principales líneas de investigación son crecimiento y desarrollo, digestión óptima, control de peso y protección ante enfermedades. Con **29 centros** de investigación distribuidos por todo el mundo en los que trabajan **5.200 personas**, su objetivo es investigar los beneficios que la

alimentación tiene para la salud con el fin de aplicarlos a los productos de cada mercado, a través de los **320 grupos de aplicación** que Nestlé cuenta en todo el mundo.

Concretamente, en España hay cuatro grupos de aplicación en las fábricas de Araia –para helados–, Valladolid –para productos culinarios–, La Penilla –para chocolates– y Sevares –para tarritos infantiles–.

Nestlé en España comparte sus conocimientos con los profesionales de la nutrición y la salud y con otros líderes de opinión, a través de su participación en congresos y encuentros de carácter científico, así como mediante la edición de publicaciones específicas como **Nesvida** y **Anales Nestlé**.

En el área de **Nutrición Infantil** se desarrollan alternativas que pretenden reproducir las propiedades de la leche materna. Nestlé es pionera en usar probióticos en leches de inicio, ya que recientemente se ha demostrado que estos se encuentran en la leche materna.

A través del Nestlé Nutrition Institute, y en colaboración con la Sociedad Española de Neonatología, Nestlé patrocina la **Reunión de Residentes de Neonatología** en el





Centro de Investigación de Nestlé en Suiza. También concede **ayudas personales** a la formación pediátrica y apoya la realización de **trabajos de investigación** que traten sobre aspectos clínicos relativos a la nutrición infantil mediante becas gestionadas por la Sociedad Española de Gastroenterología, Hepatología y Nutrición Pediátrica (SEGHNP).

Adicionalmente, cada año Nestlé otorga, entre los miembros de la Asociación Española de Pediatría, el **Premio Especial Nestlé sobre Nutrición Infantil** al mejor trabajo de investigación en nutrición infantil y concede otros galardones a las mejores comunicaciones y pósters en congresos de pediatría.

**Nestlé Healthcare Nutrition** es la empresa líder en nutrición clínica en España y la segunda mayor del mundo. Su compromiso es el de investigar, desarrollar y proporcionar productos y servicios destinados a cubrir las necesidades de personas en situaciones de riesgo nutricional. Con este objetivo pone a disposición de los profesionales de la salud, pacientes y consumidores una amplia cartera de productos y servicios, con los estándares de calidad, investigación, evidencia y constante identificación de áreas de mejora e innovación que avalan más de treinta años de liderazgo en el desarrollo de productos de nutrición clínica.

La formación de los profesionales sanitarios es un pilar básico en Nestlé Healthcare Nutrition. Anualmente se organizan **cursos** acreditados de formación en nutrición para diferentes profesionales sanitarios y se presta apoyo técnico y científico a **estudios clínicos**. Asimismo, el compromiso de Nestlé Healthcare Nutrition con las sociedades médicas es evidente. Desde su organización se promueven documentos de consenso entre distintas sociedades y se otorgan **becas** entre los miembros de la Sociedad Española de Nutrición Parenteral y Enteral (SENPE) y de la Sociedad Española de Farmacia Hospitalaria (SEFH).

En España, Nestlé Healthcare Nutrition es miembro de la **Fundación Instituto Edad y Vida**, cuya misión es promover el conocimiento y la innovación para conseguir soluciones que mejoren la calidad de vida de las personas mayores, impulsando la interacción entre agentes sociales, empresas y administraciones públicas.

Asimismo, Nestlé Healthcare Nutrition colaboró en el 2010 con **Fundación ALICIA** (ALimentación y CienCIA), una entidad sin ánimo de lucro cuyo consejo asesor está presidido por el prestigioso chef Ferran Adrià, en la organización de una jornada-taller sobre la influencia positiva de la buena alimentación en los pacientes con cáncer.

60/40+

constituye el mayor programa orientado a la nutrición desarrollado hasta ahora en el sector de la alimentación y bebidas

## El equilibrio nutrición-sabor

Más allá de los beneficios para la salud, las características sensoriales de los alimentos determinan en buena medida las preferencias del consumidor; la receta ganadora consiste en saber integrar en un producto la nutrición y el sabor, alcanzando el equilibrio óptimo entre estos dos conceptos.

Una de las vías para mejorar la calidad de vida de los consumidores es poner en el mercado productos que incorporen beneficios activos. Concretamente, la adición de componentes alimentarios fisiológicamente activos aportan beneficios adicionales para la salud científicamente demostrados.

Un ejemplo en este sentido es la adición de micronutrientes (vitaminas y/o minerales). Este enriquecimiento de alimentos y bebidas favorece una dieta más equilibrada, supliendo los déficits en micronutrientes existentes tanto en países en desarrollo donde la población sufre desnutrición, como en países desarrollados en los que aumentan las tasas de obesidad por malos hábitos de consumo.



## Estrategia nutricional: 60/40+

Este programa persigue un **doble objetivo**: conseguir productos con un plus nutricional y que, además, sean significativamente preferidos por su sabor respecto a sus principales competidores. Los productos deben ganar 60 contra 40 a su directo competidor en sabor, aroma, textura y aspecto.

60/40+ constituye el mayor programa orientado a la nutrición desarrollado hasta ahora en el sector de la alimentación y bebidas.

En este proceso de evaluación de los productos participan consumidores y un **equipo multidisciplinar** de más de 325 profesionales integrado por especialistas de producción, marketing y comunicación, así como nutricionistas y expertos en análisis sensorial.

El proceso para garantizar la superioridad organoléptica de un producto consiste en realizar un test de sabor, aroma y textura.

El plus nutricional se define a través del Nutritional Foundation check, cuando el perfil nutricional de un producto Nestlé según su contenido en energía, azúcares añadidos, grasas saturadas, sodio y ácidos grasos trans se encuentra dentro de unos rangos definidos.

## Innova+: Innovación orientada al lanzamiento de productos saludables

*Innova+ es un concurso de ideas iniciado en el 2007 y que ha evolucionado a partir del programa Innova. Desde 1997, este programa ha aprovechado el potencial creativo de los empleados de la compañía incentivándolos a proponer nuevos productos.*

*Innova+ está orientado específicamente al lanzamiento de productos saludables, bien por la reducción de determinados nutrientes, bien por la adición de otros beneficios para el organismo.*

*Innova+ permite poner a la venta cerca de **cien** novedades al año.*





Beneficios activos desarrollados por Nestlé Research: Prebio 1, Bifidus L, LC1, Calci-N, Acticaf, Actifibras, Omega 3:6, Actigen-E, CalciLock, Comfort Proteins, NutriActive B, BG-3, ActiCol o Lactobacillus Protectus

## Información nutricional

Desde siempre, Nestlé ha asumido el compromiso de trasladar al consumidor la información de forma transparente, comprensible y relevante.

La Estrategia NAOS (Estrategia para la Nutrición, Actividad Física y Prevención de la Obesidad), impulsada por el Ministerio de Sanidad y Consumo, a través de la

Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN), y a la que está adherida Nestlé, pretende servir como plataforma de todas las acciones que ayuden a sensibilizar a la población sobre el problema que la obesidad representa para la salud y a lograr que los ciudadanos adopten hábitos de vida saludables, integrando los esfuerzos y la participación más amplia posible de todos los componentes de la sociedad.

El Nestlé Nutritional Compass y la Cantidad Diaria Orientativa (CDO) figuran en el 100% de los más de 2,3 millones de productos Nestlé comercializados anualmente en España

### Información en nuestras etiquetas: Nestlé Nutritional Compass

El Nutritional Compass es la brújula nutricional que Nestlé ha implantado a escala mundial en el etiquetado de sus productos, con el fin de ayudar al consumidor a tomar decisiones sobre los productos de Nestlé y las cantidades que consume y, a la vez, permitirle comparar productos para escoger los que considere más convenientes para su dieta.

Esta brújula proporciona información clara y comprensible de los valores nutricionales de los productos Nestlé y su porcentaje sobre la cantidad diaria orientativa (CDO: cantidad aproximada de energía y nutrientes requeridos diariamente por una persona para seguir una dieta saludable). Si el producto está dirigido a niños, se informa de manera específica de la cantidad de nutrientes que necesitan.





“Con la campaña *A gusto con la vida*, Nestlé lanza un mensaje en favor de una actitud vital que, por supuesto, empieza por una alimentación saludable”

Silvia Escudé, Directora de Comunicación y Servicios Marketing de Nestlé España

### *Campaña de comunicación multimarca bajo el lema “A gusto con la vida”*

*En el 2010 se puso en marcha una nueva campaña de comunicación multimarca cuyo objetivo, bajo el lema “A gusto con la vida”, es difundir las claves de una alimentación saludable y equilibrada para toda la familia, con MARTINA KLEIN como protagonista.*

*Con una inversión de 4,5 millones de euros en el 2010, la campaña combinó el uso de medios convencionales, como televisión y revistas, y medios online, como las websites de Nestlé [www.nestle.es](http://www.nestle.es) y [www.nestle-tv.es](http://www.nestle-tv.es).*

5 millones

de visitas a nuestras websites de nutrición, un 68% más que en el 2009

1,6 millones

de personas han recibido información nutricional online

43 millones

de newsletters sobre nutrición enviados por correo electrónico



La Organización Mundial de la Salud recomienda la lactancia materna exclusiva hasta los 6 meses. Nestlé apoya esta recomendación, conjuntamente con la introducción de nuevos alimentos, de acuerdo con los consejos de los profesionales de la salud

## Publicidad responsable

Nestlé considera que entre sus responsabilidades se encuentra la de proporcionar al consumidor una información nutricional veraz y suficiente que le permita un mejor control de su alimentación y que le facilite el disfrute de una dieta equilibrada. En este sentido, la empresa dispone de unos **Principios de Comunicación con el Consumidor**, de obligado cumplimiento, basados en la transparencia y la relevancia de la información, y que hacen una mención especial a la publicidad dirigida a niños. Asimismo, Nestlé aplica el **Código Internacional para la Comercialización de Sucedáneos de la Leche Materna** adoptado por la Organización Mundial de la Salud (OMS), apoyando la leche materna como opción prioritaria.

Asimismo, Nestlé ha suscrito el **Código PAOS** –de autorregulación de la publicidad de alimentos dirigida a menores– en el marco de la Estrategia **NAOS**, asumiendo los principios y actuaciones de este. En un paso más allá, en el 2007 Nestlé decidió no realizar actividades de marketing ni publicidad dirigidas a menores de 6 años y restringir las dirigidas a niños entre 6 y 12 a productos con un adecuado perfil nutricional (Nutritional Foundation).

Con el objetivo de dotar al consumidor de conocimientos teóricos y prácticos sobre nutrición, Nestlé en España pone a su disposición una serie de **websites** con información relativa a este ámbito.

**Nestlé Nutrición** ([www.nestle.es/nutricion](http://www.nestle.es/nutricion))  
Se encuentra disponible la *Guía Práctica del Bienestar*, que incluye desde el abc de la buena alimentación, hasta recomendaciones prácticas de compra.

**Nestlé Cocina** ([www.nestle.es/cocina](http://www.nestle.es/cocina))  
Proporciona consejos, recetas y menús ideados de manera que configuren una alternativa saludable y equilibrada. Periódicamente, se mantiene un chat en directo con una experta nutricionista sobre un tema concreto, en el que los internautas pueden resolver dudas sobre nutrición.

**Nestlé Bebé** ([www.nestlebaby.com/es](http://www.nestlebaby.com/es))  
Ofrece consejos para la correcta nutrición y desarrollo del bebé, productos por etapas, etc.

**Nestlé TV** ([www.nestle-tv.es](http://www.nestle-tv.es))  
En septiembre del 2010, Nestlé puso en marcha la **primera televisión online** basada en la tecnología **video on demand** con el objetivo de acercarse aún más a los consumidores. Con este lanzamiento, Nestlé pone de manifiesto cómo su espíritu

de innovación va más allá del desarrollo de nuevos productos y le lleva a ser pionera en muchas otras facetas de su actividad empresarial. En noviembre, **Red.es** otorgó a Nestlé TV el premio en reconocimiento a una de las mejores webs de las últimas dos décadas bajo el dominio .es.

En relación a la **accesibilidad** de los **websites de Nestlé**, las personas con algún tipo de discapacidad pueden acceder, en condiciones de igualdad, a todos sus contenidos, ya que están programadas de acuerdo con las pautas adoptadas por el Consorcio W3C, impulsado por la Web Accessibility Initiative (Iniciativa para la Accesibilidad Web).

Nestlé colabora habitualmente con los **medios de comunicación** difundiendo artículos, reportajes, comunicados de prensa y entrevistas sobre nutrición, con la participación de los nutricionistas de Nestlé.

El **Servicio de Atención al Consumidor** de Nestlé dispone de un equipo de nutricionistas dedicados a responder a las inquietudes de los consumidores en materia de nutrición. A través de este canal, en España se han recibido en el 2010 más de **5.000** preguntas acerca de nutrición. Adicionalmente también se organizan sesiones de cocina saludable para proporcionar al consumidor herramientas para seguir una dieta saludable y equilibrada.

Nestlé Health Science “es una nueva y apasionante oportunidad comercial, que tendrá un impacto positivo a largo plazo en la vida de las personas. La salud nutricional personalizada creará valor tanto para Nestlé como para la sociedad en su conjunto”

Luis Cantarell,  
presidente y CEO de  
Nestlé Health Science

## Creación de Nestlé Health Science, S.A. y del Nestlé Institute of Health Sciences

Nestlé anunció el pasado 27 de septiembre la creación de Nestlé Health Science S.A., y del Nestlé Institute of Health Sciences, dos organizaciones independientes que tienen como objetivo liderar las oportunidades derivadas de la nutrición para la salud.

Estas dos organizaciones permitirán a Nestlé desarrollar el sector de la nutrición personalizada para prevenir y tratar enfermedades crónicas como la diabetes, la obesidad, las enfermedades cardiovasculares y el Alzheimer, de fuertes repercusiones en los sistemas de salud mundiales.

Nestlé Health Science S.A., filial de Nestlé, operativa desde el 1 de enero del 2011, englobará las actividades actuales de Nestlé Healthcare Nutrition y desarrollará nuevas oportunidades de negocio en el campo de la nutrición para la prevención y tratamiento de enfermedades crónicas gracias a la adquisición, licencia e integración de otras empresas pioneras en estos campos.

En cuanto al Nestlé Institute of Health Sciences, formará parte de la red de I+D de Nestlé. La compañía tiene previsto invertir cientos de miles de francos suizos en la próxima década para construir un instituto de ciencias de la salud de ámbito internacional, que llevará a cabo trabajos de investigación en el terreno de las ciencias biomédicas para trasladar el conocimiento en estrategias y soluciones nutricionales que mejoren la salud y la longevidad de las personas.

El español Luis Cantarell ha sido nombrado Presidente y CEO de Nestlé Health Science y declaró que “esta es una nueva y apasionante oportunidad comercial, que tendrá un impacto positivo a largo plazo en la vida de las personas. La salud nutricional personalizada creará valor tanto para Nestlé como para la sociedad en su conjunto”.

500.000  
euros  
invertidos en el  
programa THAO

El objetivo de Nestlé es implementar el *Nestlé Healthy Kids Global Programme* en todos los países donde opera directamente a finales del 2011

## La educación como punto de partida

Nestlé considera que la educación es la herramienta más sencilla y poderosa para asegurar que los niños entiendan la importancia de mantener una alimentación equilibrada y practicar ejercicio físico para mantenerse sanos a lo largo de sus vidas.

El **Nestlé Healthy Kids Global Programme** está diseñado e implementado en colaboración con las autoridades sanitarias nacionales, expertos en nutrición infantil, autoridades educacionales y expertos en salud, y agrupa programas de carácter nutricional de más de noventa entidades, para sensibilizar sobre nutrición, salud y bienestar a

los niños en edad escolar de todo el mundo. En España este programa se concreta en el **programa escolar Aprender a Comer Bien** y el **programa THAO**.

Desde el 2006, a través del **programa escolar Aprender a Comer Bien**, Nestlé en España proporciona formación en nutrición básica a niños de distintas comunidades autónomas, material educativo sobre los conceptos básicos de nutrición, dirigido tanto a profesores como a alumnos, y moviliza a los alumnos a través de un concurso interescolar de dibujo. Este programa cuenta con la colaboración de la Fundación Española de la Nutrición y la Cátedra Ferran Adrià de Cultura Gastronómica y Ciencias de la Alimentación de la Universidad Camilo José Cela.



## Programa THAO

Nestlé en España es patrocinador fundador del **programa THAO**, un programa de prevención de la obesidad infantil en el que participan diferentes agentes sociales, desde autoridades locales y centros educativos y deportivos hasta familias y niños.

El programa, que tiene como **objetivo** inculcar en los niños y sus familias un estilo de **vida saludable**, se ha llevado a cabo en **84** municipios españoles (36 en el 2009-2010 y 43 en el 2010-2011) y han participado un **80%** de los niños entre 3 y 12 años.

### Tres pilares

#### Intervención

Plan de acciones continuas para inculcar hábitos saludables en la alimentación y en la actividad física.

#### Comunicación

Mensajes positivos y repetidos, transmitidos gracias a un plan de comunicación regular y coordinado.

#### Evaluación y monitorización

Medición anual del índice de masa corporal (IMC), circunferencia de cintura y encuestas sobre hábitos alimenticios y de actividad física de los niños.

### Objetivos principales

#### Promover hábitos de alimentación saludables

#### Estimular en los niños el hábito de la actividad física

#### Realizar una evaluación anual de los resultados de todas las acciones desarrolladas.

124.000  
alumnos beneficiarios  
de **Aprender a  
Comer Bien**



**Nestlé**  
**Aprender a Comer Bien**  
Programa Escolar

La primera pregunta es la más importante... ¡Mucha atención!

### ¿Por qué es necesario comer bien?

Porque comer bien nos da energía y nutrientes para crecer y crecer... ¡y llegar a ser mayores!

Porque nos hace estar más sanos y fuertes. ¡Y evita enfermedades!

Y porque nos da más energía para hacer deporte, correr, saltar, jugar... ¡y también aprender!

### ¿Qué pasa si no comemos bien?

Cuidado, porque entonces tendríamos más riesgo de sufrir obesidad, anemia, caries, anorexia, bulimia, desnutrición, falta de concentración en clase... Vale la pena comer correctamente, ¿verdad?

### ¡Comer bien puede ser muy divertido!

La comida nos gusta y todos tenemos nuestros alimentos favoritos. Además, todos los momentos de alegría los celebramos comiendo: ¡un cumpleaños, una boda, una verbena o una fiesta!

Con la colaboración de:



universidad como para cada  
y todos los años.  
de cultura y gastronomía y  
proceso de la alimentación

A gusto  
CON LA VIDA



100%

de los empleados formados en nutrición

## El bienestar de los empleados

Nestlé considera que el primer y necesario paso para ser la empresa líder en nutrición es que todos los empleados tengan un buen conocimiento de esta materia. El **programa Wellness** responde a este objetivo y, además, agrupa un conjunto de iniciativas que persiguen la creación de un entorno laboral favorable a través de una correcta alimentación y de la práctica de ejercicio físico.

En el 2007 se inició la **formación** de todos y cada uno de los 276.000 **empleados** de Nestlé en el mundo a partir del **programa NQ**.

La denominación NQ se refiere al cociente nutricional (Nutritional Quotient), una fórmula de medición de los conocimientos sobre salud y nutrición que tiene cada empleado, basada en la realización de un test previo al inicio de los cursos y otro test al finalizarlos. El NQ de los trabajadores de Nestlé en España se sitúa actualmente en 78/100 puntos, con una mejora de 16 puntos respecto al inicio de la formación.

Con este programa los **empleados** mejoran su calidad de vida a través de la alimentación, transmiten hábitos de vida saludables a la **sociedad** como “embajadores de la nutrición”, y contribuyen a la mejora nutricional de los productos de **Nestlé**.

Otra iniciativa del programa Wellness destinada a mejorar el bienestar de los **empleados** es la oferta a los empleados de un **menú equilibrado** en el comedor de la sede de Nestlé en España así como de un bufé de ensaladas. El nivel de acogida de esta iniciativa es muy alto, ya que un 30% de los empleados se decanta por alguna de estas opciones cada día. Además, regularmente se realizan conferencias temáticas y sesiones

culinarias y, para los empleados de la sede de Esplugues, se financian gimnasios con la finalidad de complementar una nutrición adecuada con ejercicio físico.

Las actividades llevadas a cabo en el marco del **programa Wellness** de Nestlé en España han sido consideradas muy positivas por el 85% de los empleados y el 15% del personal ha admitido una importante mejora en sus hábitos alimentarios.

En junio y noviembre del 2010, Nestlé recibió, respectivamente, el **Premio NAOS**, otorgado por el Ministerio de Sanidad, y el **Premio PAAS**, de la Generalitat de Catalunya, por los esfuerzos realizados para promover unos hábitos alimenticios saludables en el ámbito laboral.

“Creemos que todas las personas que trabajamos en Nestlé debemos ser un referente en nutrición tanto en el ámbito profesional como en el personal”

*Bernard Meunier,  
Director General  
de Nestlé España*





Un millón de euros


invertidos en NQ en España, pionera en implantar este programa




Usa tu NQ



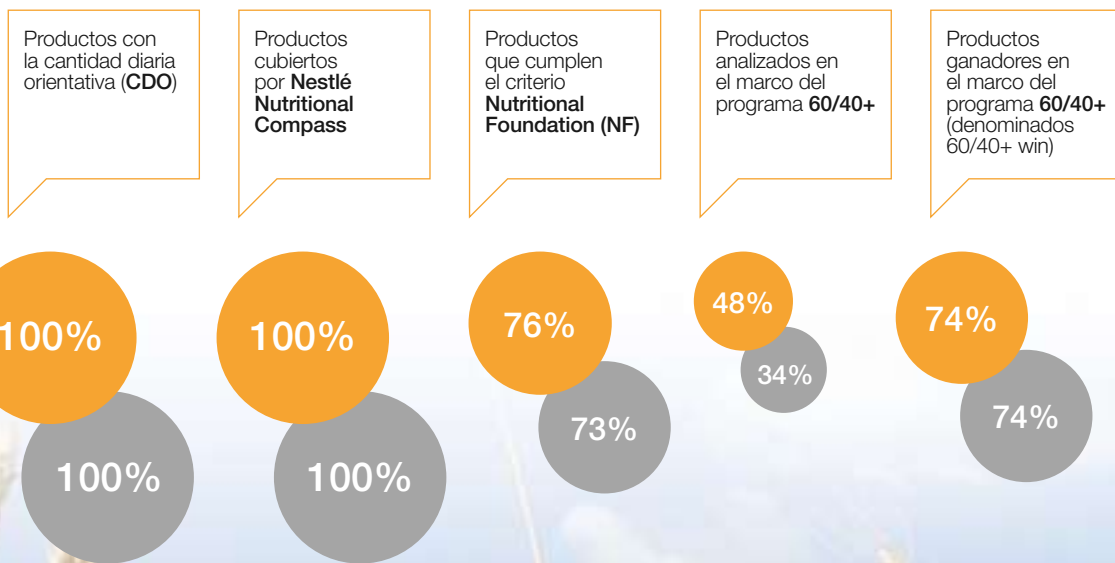
Mide tu NQ



Desarrolla tu NQ



## Nutrición, salud y bienestar en nuestros productos



Porcentaje sobre el total de ventas

■ 2010

■ 2009

## Los principales retos de Nestlé en España

**Consolidar y reforzar aún más el liderazgo** de Nestlé en el área de la nutrición, la salud y el bienestar. Ese es el gran reto de Nestlé en España para los próximos años.

Nestlé, consciente de que toda labor pedagógica en el ámbito de la nutrición nunca es suficiente, seguirá apostando por la **educación nutricional** de la población, en especial de los niños, consolidando las actividades ya en marcha.

Una de las grandes preocupaciones de Nestlé es la imparable tasa de sobrepeso y obesidad entre la población española, especialmente entre los niños, lo que supone un riesgo para la salud y una carga para las arcas públicas.

Por eso, en relación con sus productos, el objetivo de Nestlé es **mejorar sistemáticamente su perfil nutricional y su superioridad en sabor** (60/40+). En el 2011 Nestlé tiene como objetivo que el 50% de su cifra de negocios provenga de productos que hayan sido sometidos a la herramienta 60/40+, lo que significa 2 puntos más respecto al 2010.

De ellos, el reto es **ganar en el 75% de los productos evaluados** (denominados 60/40+ win).

Los avances en esta área deben ser comunicados al consumidor, a fin de consolidar el reconocimiento como empresa líder en nutrición, por lo que se reforzarán los esfuerzos en la **comunicación**.

El **envejecimiento** de la población, que precisará de alimentos adaptados a sus necesidades específicas, también será foco de atención de Nestlé en los próximos años.

# Sostenibilidad medioambiental y Agua. Protegiendo el entorno

- Política y gestión ambiental **42**
- Gestión sostenible del agua **46**
- Energía y emisiones **48**
- Material de envasado y residuos **50**
- Sensibilización medioambiental **52**
- Los principales retos de Nestlé en España **53**



Nestlé dispone de un sistema de gestión ambiental propio (NEMS) implantado en todas sus fábricas

## Política y gestión ambiental

En materia medioambiental, el objetivo de Nestlé **es desarrollar los negocios de manera que preserven el medio ambiente, satisfaciendo las necesidades presentes sin comprometer las de futuras generaciones.**

Esta consigna irrenunciable es la base de la **Política de Nestlé en Sostenibilidad Medioambiental**, de aplicación mundial y de estricto cumplimiento, que fue publicada en 1991 y se actualiza periódicamente. Dicha política, además, responde a dos de los principios de la actividad empresarial de Nestlé, que, a su vez, incorporan tres directrices del Pacto Mundial de Naciones Unidas sobre medio ambiente.

Con el fin de afrontar los retos medioambientales, Nestlé lleva a cabo una doble estrategia. La primera, impulsar la **innovación** en productos saludables y nutricionalmente equilibrados, elaborados con materias primas que requieran menos agua y energía. La segunda estrategia se basa en **minimizar** el consumo de los recursos naturales en todas las operaciones de su

cadena de valor, especialmente en aquellas sobre las que tiene un control directo, como la fabricación y logística.

Para lograrlo, Nestlé ha creado diferentes herramientas y procesos para hacer de su política medioambiental una práctica real en sus actividades diarias: el **Sistema de Gestión Medioambiental de Nestlé (NEMS)**, el **Sistema Integrado de Gestión (NIMS)** y la realización de **Análisis del Ciclo de Vida de productos (ACV)**.

En 1995, Nestlé desarrolló su propio sistema de gestión medioambiental, el NEMS. De aplicación mundial, su finalidad es la de unificar todas las actividades y medidas medioambientales. Alineado con la norma ISO 14001 es, en ocasiones, más exigente que la legislación de algunos países.

El NEMS está implantado en **todos los centros de producción** de Nestlé, se revisa periódicamente y constituye una valiosa herramienta para la mejora continua de indicadores medioambientales, para desarrollar acciones preventivas y corregir posibles desviaciones, y para el cumplimiento de las políticas medioambientales.



Centro	Certificación
1 La Penilla (Cantabria)	ISO 14001, OHSAS 18001, ISO 9001, ISO 22000
2 Araia (Álava)	ISO 14001, OHSAS 18001, ISO 9001, ISO 22000
3 Girona	ISO 14001, OHSAS 18001, ISO 9001, ISO 22000
4 Reus (Tarragona)	ISO 14001, OHSAS 18001, ISO 9001, ISO 22000
5 Miajadas (Cáceres)	ISO 14001, OHSAS 18001, ISO 9001, ISO 22000
6 Valladolid	ISO 14001, OHSAS 18001, ISO 9001, ISO 22000
7 Pontecesures (Pontevedra)	ISO 14001, OHSAS 18001, ISO 9001, ISO 22000
8 Gijón (Asturias)	ISO 14001, OHSAS 18001, ISO 9001, ISO 22000
9 Sebares (Asturias)	ISO 14001, OHSAS 18001, ISO 9001, ISO 22000
10 Caldes de Malavella (Girona)	ISO 14001, OHSAS 18001, ISO 22000
11 Viladrau (Girona)	ISO 14001, OHSAS 18001, ISO 22000
12 Herrera del Duque (Badajoz)	ISO 14001, OHSAS 18001, ISO 9001, ISO 22000



Centro	Certificación
13 Castellbisbal (Barcelona)	ISO 14001, OHSAS 18001, ISO 22000
Oficina Central Nestlé España S.A.	ISO 14001, ISO 9001

Con la finalidad de integrar la política medioambiental en su modelo de negocio, Nestlé ha definido un modelo de sistema integrado de gestión (el Nestlé Integrated Management System, **NIMS**), en el que la gestión del medio ambiente se realiza de forma integrada con la de calidad, seguridad alimentaria y salud y seguridad laboral. Este sistema permite simplificar el proceso de certificación, evitando duplicidades en procesos y simplificando la documentación. De esta forma, cada vez que se modifica un proceso, se analiza su impacto global. La fábrica de Araia (Álava) fue, en el 2008, el primer centro de Nestlé en España que obtuvo esta certificación integrada.

En el 2010, la sede de Nestlé en Esplugues de Llobregat (Barcelona) consiguió también la certificación ISO 14001, lo que demuestra el compromiso medioambiental de la compañía más allá del ámbito productivo.

Nestlé también evalúa el impacto medioambiental de sus productos más importantes a través del **análisis del ciclo de vida (ACV)**. Este análisis calcula el impacto ambiental generado durante la “vida” de un producto, desde la extracción de la materia prima hasta su consumo final, destrucción o reciclado. El ACV permite identificar oportunidades de mejora en diferentes puntos del ciclo de vida y comparar con otras alternativas de consumo.



## Certificación LEED para la nueva planta de Nescafé Dolce Gusto

La planta dedicada a la producción de Nescafé Dolce Gusto en Girona es la primera y única fábrica en España que cuenta con la certificación LEED para nuevas edificaciones. Esta certificación (Leadership in Energy and Environmental Design) es una de las más reconocidas a escala mundial en el ámbito de la construcción sostenible y tiene en cuenta tanto los procesos realizados antes como durante la obra. El moderno diseño de la planta aprovecha su buena orientación natural, lo que permite alcanzar una óptima eficiencia energética gracias a la utilización de colores, tamaños, aislamiento térmico y posición de ventanas, todo a fin de aprovechar al máximo la luz solar. Un depósito con una capacidad de cien mil litros permite recoger el agua de lluvia, que se utiliza para riego y usos sanitarios. Asimismo, las placas solares instaladas en la cubierta de la nave se emplean para calentar el agua destinada a higiene personal. Se han implantado sistemas para el control de residuos industriales, colocado contenedores para el reciclado de plásticos y se ha apostado por el uso de refrigerantes naturales que protegen la capa de ozono.

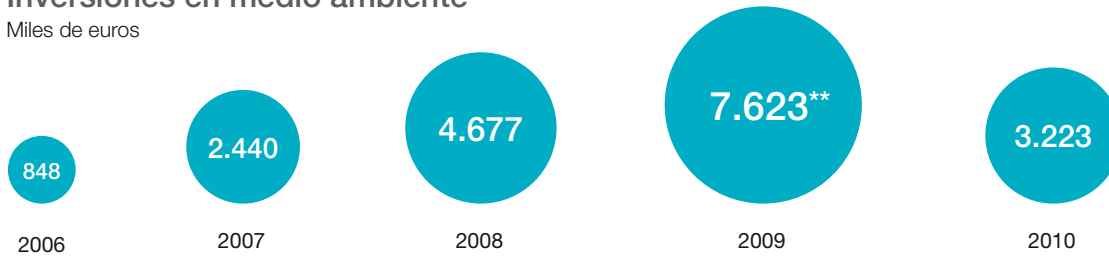




En los 5 últimos años, Nestlé España ha invertido casi **19 millones de euros** en tecnología medioambiental

### Inversiones en medio ambiente\*

Miles de euros



(\*) Datos pertenecientes al ámbito de producción de Nestlé España, S.A.

(\*\*) Incluye una inversión extraordinaria de 3,3 millones de euros para la planta de Nescafé Dolce Gusto en Girona.

### Inversión continua en medio ambiente

Si bien las políticas marcan la dirección a seguir y los sistemas de gestión sirven para llevarlas a la práctica, todo ello no tendría sentido sin una inversión continua que permita desarrollar y aplicar tecnologías más respetuosas hacia el medio ambiente, demostrando y materializando así las intenciones y los compromisos de Nestlé.

Una inversión que, fundamentalmente, se centra en la transformación y uso eficiente de la energía y en la reducción del impacto producido por los procesos industriales, pero que también se destina al entorno de las oficinas y delegaciones de venta y a promover la sensibilización de todos cuantos trabajan en Nestlé.

Un ejemplo de las inversiones realizadas en materia medioambiental son las iniciativas llevadas a cabo en la **sede de Nestlé en España**, situada en Esplugues de Llobregat (Barcelona) donde, por ejemplo, se ha destinado 1 millón de euros para la instalación de un sistema de iluminación inteligente, la renovación de los techos y la colocación de placas solares. Respecto al año anterior, en el 2010 se ha reducido el consumo de agua en la oficina en un 16% y de energía en un 13%, se han dejado de emitir 739 toneladas de CO<sub>2</sub> y se ha fomentado el reciclado de residuos en general y de papel en particular, apartado en el que se ha conseguido en un año un ahorro de 7,5 toneladas de papel, para cuya elaboración se precisarían unos 188 árboles. Los residuos orgánicos también se redujeron en un 28% respecto al año anterior.

“Optimizar el conjunto de las operaciones, y no cada uno de los eslabones o procesos por separado, es el gran reto de Nestlé”

Giuseppe Sesia, Director de Producción de Nestlé España

### Nestlé Continuous Excellence (NCE)

NCE es otra de las iniciativas de mejora de procesos de Nestlé a escala mundial cuyo objetivo es satisfacer a clientes y consumidores mediante la puesta en marcha de procesos sólidos, eficaces y altamente eficientes a lo largo de toda la cadena de suministro, y en la que se incluyen todos los aspectos medioambientales derivados de la actividad directa e indirecta de Nestlé.

Basado en los principios del “Lean Thinking”, NCE busca optimizar las actividades con valor añadido, reducir las que no lo tienen y eliminar lo que no es necesario. NCE requiere una mentalidad de mejora continua en los procesos y la implicación de todas las personas de la organización.

## El dato:

Desde el 2000, Nestlé a nivel mundial ha aumentado un 63% su producción y, en cambio, ha reducido un 33% su consumo de agua

## Gestión sostenible del agua

El **Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo** reconoce el papel fundamental del agua en el desarrollo sostenible, incluyendo sus implicaciones en relación con la reducción de la pobreza, la salud humana y el ecosistema. El **agua**, junto con el desarrollo rural y la nutrición, es uno de los tres pilares sobre los que Nestlé sustenta su visión de la Creación de Valor Compartido, siendo la gestión de recursos hídricos una de sus prioridades medioambientales. Nestlé es signatario fundador del llamamiento del **Pacto Mundial de las Naciones Unidas al ahorro de agua (CEO Water Mandate)**.

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación

(FAO), la producción de alimentos agrícolas deberá aumentar un 70% de aquí al 2050 para satisfacer la demanda de una población que no cesa de crecer. Por su parte, la OCDE calcula que en el 2030 un 47% de la población mundial padecerá escasez de agua y el 30% de la producción de cereal estará amenazada.

La preocupación por la gestión de los recursos hídricos también se puso de manifiesto en el 2009 en el Foro sobre Creación de Valor Compartido de Nueva York. Organizado por Nestlé en colaboración con la **Oficina de Cooperación de las Naciones Unidas**, el encuentro sirvió para hacer hincapié en los compromisos de Nestlé respecto al agua.

Estos compromisos, contemplados en su *Informe sobre Gestión del Agua* publicado en el 2006 y ratificados posteriormente, se resumen en cinco puntos fundamentales:



- Reducir la cantidad de agua utilizada por cada kilo de producto elaborado.

- Garantizar que las actividades de la compañía respeten los recursos hídricos locales.

- Vigilar que el agua que se devuelve al entorno esté limpia.

- Trabajar con los proveedores de productos agrícolas para promover la conservación de este recurso entre los agricultores.

- Colaborar con otros actores de la sociedad para la conservación y el acceso al agua.

## Consumo de agua: objetivo de reducción del 15% para el 2012

*Dado que el agua es uno de los tres pilares de la Creación de Valor Compartido, Nestlé se ha marcado como objetivo, en el periodo 2010-2012, una reducción del 15% en la cantidad de agua utilizada por cada tonelada producida en todas sus fábricas de España. Esta reducción supondrá un ahorro de 1.233.826 m<sup>3</sup> anuales, lo que equivale al consumo de una población de 21.000 habitantes durante un año.*

*Para lograr este objetivo, Nestlé va a implantar distintos procedimientos y se ha creado la figura del «Gestor del agua» en todos los centros de trabajo.*

**7,5%**  
de reducción en  
volumen de agua  
empleada por Nestlé  
en España, entre los  
años 2008 y 2010

Uno de los mayores retos en este ámbito es la gestión del agua residual, es decir, el tratamiento del agua utilizada en los diferentes procesos industriales, para devolverla a la naturaleza en las mismas condiciones en las que fue captada.

Para lograr este objetivo, se desarrollan dos tipos de acciones. En primer lugar, la reducción del agua residual que genera la fabricación de una tonelada de producto y, en segundo lugar, la depuración del agua, para lo que cuenta, allí donde es necesario, con plantas de tratamiento propias repartidas por todo el mundo.

Un claro ejemplo que explica el compromiso de Nestlé con el agua es la instalación, en 1966, de su primera estación depuradora para el tratamiento de aguas residuales en la fábrica de La Penilla de Cayón (Cantabria), anticipándose dos décadas a la legislación ambiental en esta materia. Asimismo, esta fábrica forma parte del Plan Integral de Ahorro de Agua impulsado por la Consejería

de Medio Ambiente del Gobierno de Cantabria con el objetivo de sensibilizar a los ciudadanos cántabros sobre la importancia de un uso responsable del agua.

Respecto al año 2008, Nestlé en España ha empleado un 7,5% menos de agua en el 2010 –735.000 m<sup>3</sup> menos–, cantidad equivalente al consumo de agua anual de una población de 13.000 habitantes.

Otro ejemplo de gestión responsable del agua se encuentra en los esfuerzos realizados en la planta de envasado de agua mineral natural Viladrau para la preservación de la biodiversidad en el Parque Natural de El Montseny. Cabe destacar el convenio suscrito con UNESCOCAT, mediante el cual el Centro UNESCO de Cataluña participa en el control de la gestión de la biodiversidad de la planta de Viladrau y dispondrá de un espacio central en las etiquetas de algunos formatos de agua mineral Viladrau para la difusión de mensajes de sensibilización.

2,5%

de reducción en  
consumo de **energía**  
de Nestlé en España  
entre los años **2008**  
y **2010**

## Energía y emisiones

En el ámbito de la **energía**, Nestlé pretende ser la empresa más eficiente del sector alimentario.

Concretamente, el objetivo de Nestlé en España, en línea con el objetivo global de la compañía, es reducir un 9% este consumo de energía en el periodo 2010-2012.

En el ámbito de la **eficiencia energética**, destaca la planta embotelladora de agua de Herrera del Duque (Badajoz). Gracias a las modernas tecnologías implantadas se ha reducido el consumo de energía en más de un **20%**.

Adicionalmente, es necesario tener en cuenta las diferentes fuentes de energía utilizadas, así como las tendencias energéticas a escala mundial. Dado el entorno actual, en el que los recursos de combustibles fósiles son

cada vez más escasos, Nestlé apuesta por realizar inversiones continuas en proyectos de **ahorro de energía** y en el fomento de soluciones basadas en **energías renovables**, que generalmente ofrecen beneficios a largo plazo, si bien está en contra de la utilización de alimentos para biocombustibles.

La producción actual de biocombustibles se sustenta en un uso intensivo de cosechas, lo que ha conducido a aumentos significativos de precios y, a largo plazo, puede crear escasez de alimentos para los millones de consumidores que necesitan alimentos básicos a un precio económico. La expansión a gran escala de estas materias primas agrícolas destinadas a la producción de biocarburantes agravará el problema de la escasez de agua, ya que cada litro de biocombustible procedente del maíz o de la soja requiere, en promedio, 5.000 litros de agua. Hay que tener en cuenta que la agricultura ya emplea el 70%

**Objetivo de Nestlé en España:**  
reducción del **9%** en  
consumo de **energía**  
del 2010 al 2012

### Cogeneración en La Penilla de Cayón (Cantabria) y Girona

Los principales consumos energéticos de la fábrica de **La Penilla** (primera planta productiva de Nestlé en España, inaugurada en 1905) corresponden a electricidad y gas natural para la producción de vapor y para otros procesos. En el año 1994 se puso en marcha una central de cogeneración para cubrir estas demandas eléctricas y térmicas. La inversión fue de **3,3 millones de euros** y permitió que con la cogeneración se cubrieran más del **70%** de las necesidades térmicas en vapor. En el año 2008, esta cogeneración tuvo una producción de vapor de 92.000 t/año, equivalentes a un consumo energético de gas natural de 73.390 MWh/año. La producción de electricidad fue de 37.763 MWh/año, consiguiendo ahorrar la emisión de **5.386 t/año de CO<sub>2</sub>**.

En la fábrica de **Girona** se puso en marcha una primera planta de cogeneración en el año 1990 y una segunda en 1997. En el 2010, ambas produjeron el **60%** del vapor necesario para los procesos de elaboración de café soluble y descafeinado.



12,7%

de descenso en emisiones de CO<sub>2</sub> de Nestlé en España entre 2008 y 2010

de los recursos hídricos disponibles y, además, según el tipo de cosecha y su ubicación, el ahorro de CO<sub>2</sub> comparado con el procedente de combustibles fósiles es muy bajo, a veces sólo del 10%.

A través de las diferentes medidas aplicadas en las fábricas españolas (entre las que destaca la cogeneración, instalada en las fábricas de Girona, La Penilla y Sevares) se ha ahorrado, desde el año 2004, un 29% en consumo de energía directa por tonelada de producto acabado.

Como ejemplo de las iniciativas de Nestlé para la reducción de **emisiones**, la compañía ha llevado a cabo de una manera progresiva la **total sustitución del fuel oil por gas natural** como combustible de las calderas de producción de vapor en todas sus fábricas en España. Esta iniciativa ha supuesto una disminución de las emisiones de CO<sub>2</sub> y de

gases sulfurados a la atmósfera, así como una reducción de los residuos tóxicos.

Además, en el 2007, la fábrica de La Penilla se anticipó a las leyes con la sustitución de antiguos sistemas de refrigeración por una planta centralizada que emplea amoníaco, un refrigerante natural que no afecta a la capa de ozono ni produce efecto invernadero.

Nestlé considera las **operaciones logísticas** como otro de los flancos fundamentales para el control de las emisiones. El rediseño de la red de distribución, el mayor uso del transporte ferroviario, la optimización de rutas, la utilización de la máxima capacidad de carga de los vehículos industriales y el esfuerzo por potenciar, en la medida de lo posible, el transporte marítimo frente al terrestre son medidas puestas en marcha por Nestlé para ayudar a la reducción de estas emisiones.

**Gas natural = menos CO<sub>2</sub>**  
En el 2006, Nestlé completó la sustitución de fuel oil por gas natural como fuente de energía en todas sus fábricas



### Curso de Eco-Conducción

*Durante los meses de julio y octubre del 2010 tuvieron lugar las dos primeras ediciones del Curso de Eco-conducción y Seguridad Vial en Barcelona y Madrid, en las que participaron 220 conductores pertenecientes al personal de ventas y distribución. El objetivo es optimizar el impacto en términos de consumo de carburante y contaminación, así como aprender un estilo de conducción segura y eficiente. Aplicando las lecciones aprendidas, se prevé una disminución de entre un 10 y un 15% en el consumo de combustible de la flota de Nestlé.*

**4,4 %**  
de **reducción** del  
peso de material de  
envasado empleado  
por Nestlé en España  
entre **2008 y 2010**

## Material de envasado y residuos

Si es fundamental que un envase garantice la calidad del alimento que contiene, que sea cómodo y seguro para el consumidor y que contenga toda la información acerca del producto, no menos importante es que sea respetuoso con el medio ambiente. La estrategia de la compañía en este ámbito se sostiene sobre los siguientes **pilares**:

- **Reducción del peso y volumen de los envases.**
- **Reciclado, liderando el desarrollo y empleo de materiales reciclables en coordinación con los sistemas existentes de gestión de residuos.**
- **Renovación y selección apropiada de componentes, gracias a la investigación en bioplásticos, y de materias procedentes de fuentes sostenibles.**

Para conseguir sus objetivos, Nestlé se apoya, por una parte, en el análisis del ciclo de vida del producto (ACV) y en distintas herramientas de ecodiseño de envases, entre las que destacan PIQET© y GEF, que facilitan

la toma de decisiones relacionadas con la innovación y renovación del *packaging*, desde la selección de materiales hasta aspectos de diseño, a partir de una serie de indicadores de impacto medioambiental. Por otro lado, Nestlé considera indispensable una intensa colaboración con los proveedores, por lo que en España organiza anualmente un encuentro con suministradores para compartir y desarrollar las mejores y más efectivas soluciones en envases y embalajes.

Por otra parte, ajustar los volúmenes de compra de material de embalaje a las necesidades de producción real es otra vía para reducir la destrucción de material obsoleto, que en el 2010 supuso un ahorro económico de un 10% en este capítulo.

Además de generar el menor volumen de residuos posible también es importante utilizar el material adecuado, como es el caso de los productos Naturnes, que usan PET, material reciclable, y con un proceso de fabricación que reduce en un 25% la emisión de dióxido de carbono respecto a otro tipo de envases.

La compañía cuenta con un equipo en el Nestlé Research Center, en Suiza, cuya labor es la optimización de los elementos utilizados en los envases: tintas, barnices, plásticos y nuevos materiales.

### Las botellas más ligeras del mercado

*Nestlé Waters España ha liderado un proyecto mundial de reducción del plástico de sus botellas de agua de Nestlé Aquarel y Viladrau, lo que supone una importante inversión tecnológica. En los últimos quince años el peso de las botellas de un litro y medio se ha reducido prácticamente un 50% (de 45 a 23,5 gramos).*

*Estas mejoras tienen distintas implicaciones positivas para el entorno: se reduce el uso de materias primas, se utiliza menos energía en la producción y se obtiene una botella más fácil de comprimir para su futuro reciclado.*



El 91 %  
de los residuos generados  
en las fábricas de  
Nestlé en España en el  
2010 se valorizan en  
subproductos



La actividad industrial de Nestlé genera, inevitablemente, distintos tipos de residuos. En este aspecto, también se ha realizado un avance significativo gracias a medidas como la separación en origen, la optimización de las condiciones de almacenamiento y la apuesta por su reciclaje. Esta valorización permite que los residuos se reaprovechen, convirtiéndose así en subproductos. Analizando los últimos años, se constata una evolución muy favorable en el esfuerzo de las fábricas para fomentar la recuperación, reutilización y reciclaje de los subproductos.

Otros ejemplos de **aprovechamiento de residuos** se encuentran tanto en el centro de producción de Valladolid, donde los **restos orgánicos** se entregan a una empresa externa que los transforma en ingredientes para la elaboración de piensos animales, como en las **cápsulas de Nespresso**, de las que se aprovecha tanto el café restante, para abono agrícola, como el aluminio, que se recicla.

### *El poso del café procedente de la fábrica de Girona se convierte en abono*

*Una muestra de valorización de residuos se encuentra en la fábrica de Girona, que emplea parte del poso del café que produce como ingrediente en una planta de compostaje. Por otro lado, una tercera parte del poso producido se valoriza energéticamente y se envía a industrias fabricantes de cal, que lo utilizan como biomasa para obtener parte de la energía necesaria en su proceso productivo.*

## Concurso de Dibujo Nestlé Aquarel

Con el objetivo de concienciar a los más pequeños sobre la importancia de preservar el medio ambiente, Nestlé celebra anualmente su Concurso de Dibujo Nestlé Aquarel. Bajo diferentes lemas relacionados con el medio ambiente y, en especial, con el agua, más de 5.000 niños de toda España de edades comprendidas entre los 2 y los 11 años plasman en una ilustración sus ideas acerca de cómo cuidar su entorno natural, la trascendencia del consumo del agua y los beneficios que esta aporta a la salud del ser humano.



## Sensibilización medioambiental

Nestlé considera que su labor debe incidir en el comportamiento de la sociedad a través de iniciativas de sensibilización medioambiental, dirigidas tanto a su personal como a públicos externos.

En el **ámbito interno**, Nestlé realiza distintos programas de sensibilización con la finalidad de que todos los empleados de la empresa entiendan que cada pequeño gesto es muy positivo para el medio ambiente. Nestlé en España ofrece cada año al personal del área técnica más de **2.000 horas de formación en medio ambiente**, a través de seminarios y cursos especializados.

Anualmente se organiza la Jornada de Coordinadores de Medio Ambiente, con el fin de **poner en común las mejoras prácticas** de cada centro de producción.

Nestlé emplea todos sus soportes de **comunicación interna** para formar e informar a todo el personal sobre temas medioambientales. Entre estos soportes

destaca el **Boletín Nestlé**, la revista interna de la compañía en España, en la que los temas medioambientales van tomando año tras año un protagonismo creciente, y el canal de **televisión interna**, que permite dar a conocer noticias relevantes de forma muy notoria.

Adicionalmente, el personal interno dispone de una **intranet** sobre medio ambiente, en la cual cabe destacar la existencia de una base de datos que recoge los indicadores medioambientales de Nestlé a escala mundial, por país y por cada centro de producción.

Por otra parte, los propios colaboradores de Nestlé organizan actividades y campañas de sensibilización medioambiental con motivo del Día Mundial del Agua y del Día Mundial del Medio Ambiente.

**A nivel externo**, Nestlé participa activamente en grupos de trabajo y foros sobre medio ambiente en el seno de organizaciones sectoriales y profesionales, como la Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas, la Federación Nacional de Industrias Lácteas o Foment del Treball.



## Los principales retos de Nestlé en España

### Preservar los recursos

que la naturaleza nos ofrece. Ese sigue siendo el reto de Nestlé, pues la sociedad depende de ellos, y el éxito de la empresa también.

Una disminución del consumo energético conllevará, consecuentemente, una **reducción de emisiones** de gases de efecto invernadero. Con este fin, en el ámbito logístico, Nestlé en España extenderá la firma de contratos con transportistas que cumplan la normativa sobre emisiones para vehículos ligeros EUR 3. El objetivo se sitúa en una **reducción de emisiones de CO<sub>2</sub> del 5% respecto al 2010**. También se debe trabajar conjuntamente con los operadores logísticos en incrementar los acuerdos de transporte compartido de productos Nestlé con productos de otras firmas.

Tan importante como las acciones con proveedores son las que se dirigen a los propios empleados. Por ello, además de seguir llevando a cabo **campañas de concienciación**, se ampliarán los cursos de eco-conducción a todo el colectivo de los equipos de ventas y distribución de Nestlé en España.

Nestlé en España, en el 2011, va a seguir esforzándose por **reducir el consumo de recursos naturales** por tonelada de producto. En el ámbito fabril, el objetivo es **ahorrar un 5% de agua y un 3% de energía por tonelada de producto acabado**.

Dicho esfuerzo se extiende al ámbito administrativo. En la oficina central de Nestlé, en Esplugues de Llobregat (Barcelona), se ha fijado un objetivo de **ahorro del 6% de agua y energía** para el 2011.

En el apartado de **gestión de residuos** uno de los objetivos es **reducir la destrucción de material obsoleto en un 12,5% adicional respecto al 2010**. Asimismo, en el 2011 se pone en marcha un **sistema de reciclado de cápsulas** de Nescafé Dolce Gusto y Nespresso, mediante la colocación de contenedores especiales en los Puntos Verdes de Barcelona y su área metropolitana, así como en el Consorcio de El Vallés. De esta manera, el consumidor puede depositar las cápsulas en puntos de reciclado específicos, para ser posteriormente enviadas a plantas de separación de residuos, en las que se procede a separar el poso del café y el plástico o aluminio de la cápsula para otros usos. A lo largo del 2011, Nestlé pretende implantar este sistema en las áreas de Madrid, Bilbao, Sevilla, Zaragoza, Valencia y Baleares.

# Desarrollo rural. Implicación en el territorio

- Colaboración con proveedores en España **56**
- Gestión de la cadena de suministro a escala global **58**
- Los principales retos de Nestlé **65**



100%

de la leche empleada por Nestlé procede de ganaderos españoles

Nestlé aboga por la firma de contratos trimestrales, con el objetivo de profesionalizar la compraventa de leche

## Colaboración con proveedores en España

El **Modelo Nestlé de gestión lechera** en España pretende, a través de la colaboración con los ganaderos, crear valor para la empresa y para la sociedad, entre la que se encuentran proveedores, colaboradores y consumidores.

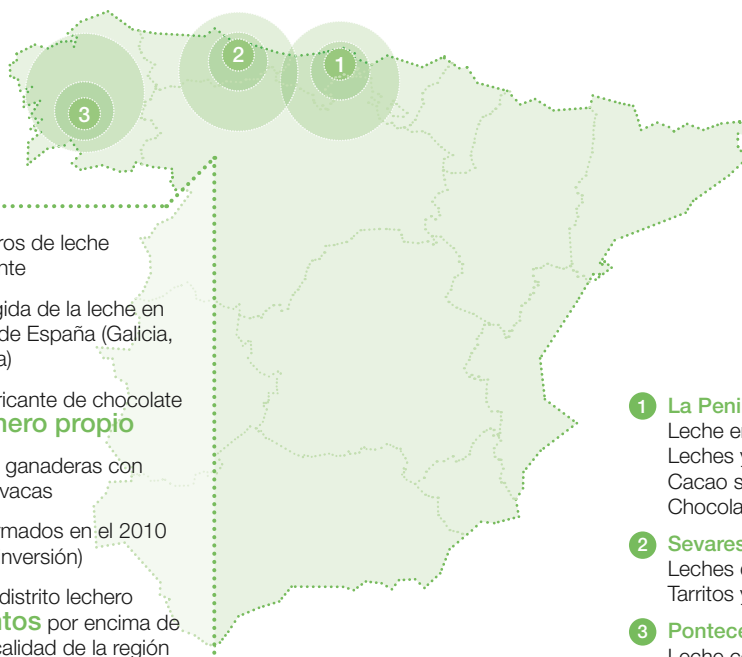
Nestlé basa su modelo de gestión en **tres sólidos pilares:**

**1. Máxima calidad de la materia prima:** control integral del proceso (recogida diaria de leche fresca, granjas a corta distancia de los centros de producción, control directo de las explotaciones lecheras), condiciones higiénico-sanitarias en toda la cadena de suministro (garantía de la perfecta conservación de la leche), trazabilidad (identificación de la granja de origen de una partida en un máximo de tres horas) y degustación diaria del producto final (para garantizar apariencia,

sabor y textura). Asimismo, Nestlé colabora en los planes de mejora de calidad junto con las administraciones de las comunidades autónomas.

**2. Sostenibilidad y cuidado del medio ambiente:** Nestlé actúa tanto en la gestión ecológica de los residuos animales como en el propio bienestar animal, garantizando un comportamiento ético con el ganado, aspecto que además supone una mayor productividad y mejor calidad de la leche. En este sentido, Nestlé proporciona asesoramiento para la certificación de las granjas según parámetros medioambientales y de bienestar animal.

**3. Marco de actuación propio con la comunidad lechera de la Cornisa Cantábrica:** con una explotación racional y sostenible de recursos lecheros en todas las fábricas de la Cornisa Cantábrica, Nestlé se asegura un suministro de calidad y a los ganaderos, la continuidad de su negocio.



- **130** millones de litros de leche recogidos anualmente
- **100%** de la recogida de la leche en los valles del norte de España (Galicia, Asturias y Cantabria)
- Única empresa fabricante de chocolate con **distrito lechero propio**
- **600** explotaciones ganaderas con más de **100.000** vacas
- **597** ganaderos formados en el 2010 (320.000 euros de inversión)
- Los ganaderos del distrito lechero están **10-15 puntos** por encima de los estándares de calidad de la región

- 1 La Penilla (Cantabria)**  
Leche en polvo  
Leches y harinas infantiles  
Cacao soluble  
Chocolates y confitería
- 2 Sevares (Asturias)**  
Leches dietéticas líquidas  
Tarritos y zumos infantiles
- 3 Pontecesures (Pontevedra)**  
Leche condensada

1,2 millones  
de euros

en microcréditos a  
ganaderos, entre los  
años 2008 y 2010

Equipo propio

de asesores de campo  
que facilita un trato  
personalizado con el  
ganadero

Otras iniciativas del Modelo Nestlé de gestión lechera en España son las siguientes:

- **Microcréditos a ganaderos:** Nestlé proporciona apoyo financiero a los ganaderos a partir de microcréditos sin interés y a devolver en cómodos plazos. De esta manera, Nestlé contribuye a que cientos de explotaciones ganaderas de la Cornisa Cantábrica se mantengan rentables y operativas. Entre el 2008 y el 2010, Nestlé ha otorgado microcréditos destinados a la mejora de explotaciones lecheras por valor de 1,2 millones de euros, ayudando a más de 100 granjas a la mejora de instalaciones de recogida y ordeño de leche y a la instalación de placas solares y otras innovaciones tecnológicas de las explotaciones.
- **Formación a ganaderos:** En el 2010, Nestlé destinó 320.000 euros a la formación de 597 ganaderos en los radios lecheros de las fábricas de Sebares (Asturias), Pontecesures (Pontevedra) y La Penilla (Cantabria). En este ámbito, Nestlé patrocina un programa, gestionado por la Fundación Triptolemos y en el que interviene la Universidad de Santiago de Compostela, en el que participan 45 ganaderos y al que Nestlé ha destinado



un total de 276.000 euros entre los años 2006-2010. Este programa proporciona un apoyo al ganadero tanto en las labores administrativas que conlleva una explotación agrícola como en la mejora de su gestión económica, ayudando a mejorar su rentabilidad.

### Diversificación de los cultivos

*El mijo es un cultivo marginal en España y otras zonas de Europa. Nestlé Nutrition ha impulsado y promovido el desarrollo de este cultivo en el área de Valladolid. Las primeras pruebas, iniciadas en el 2008, culminaron en el 2010 después de no pocas dificultades, y ahora ya se cultiva este cereal. El objetivo principal de su introducción es ofrecer a los agricultores una alternativa real a los cultivos habituales, principalmente trigo y cebada. Así, los ingresos netos por hectárea que reciben los agricultores se han visto incrementados en un 30% si se compara con el trigo. El uso y el número de plaguicidas empleados se han reducido y, por lo tanto, se ha disminuido el impacto medioambiental. Por otro lado, la inclusión de mijo en la rotación de los cultivos ha mejorado la fertilidad de los suelos y ha reducido la erosión.*

La mitad de los **443** centros de producción de Nestlé están en países en desarrollo, principalmente en zonas rurales

Más de **148.000** personas empleadas en los centros de producción de Nestlé ubicados en países en desarrollo

## Gestión de la cadena de suministro a nivel global

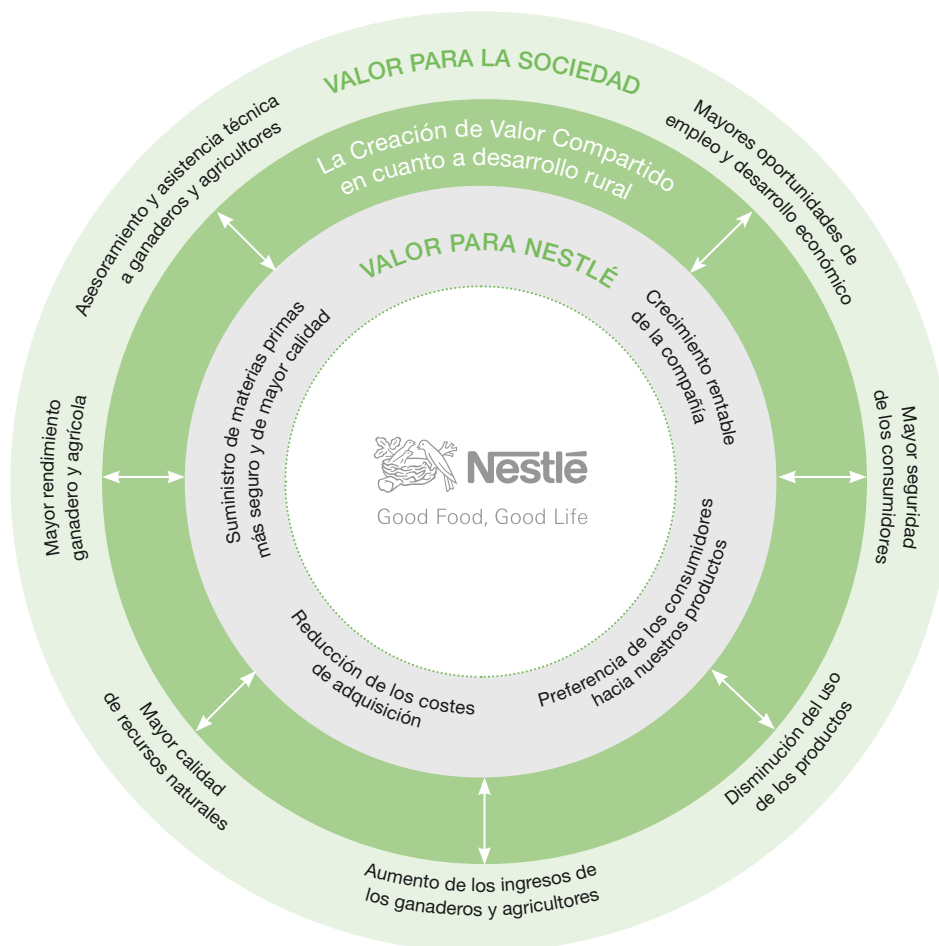
El desarrollo económico y social de las comunidades rurales de las cuales obtenemos las materias primas para nuestros productos resulta fundamental para el éxito de la empresa a largo plazo. Ello es así porque a través de la capacitación y la asistencia técnicas a nuestros proveedores por parte de los expertos de Nestlé, y de la enseñanza de prácticas de cultivo sostenibles, mejorará sin duda la calidad de vida de los agricultores y, consecuentemente, la calidad de las materias primas que obtengan.

Nestlé, a escala mundial, gasta aproximadamente 15.500 millones de euros

cada año en materias primas y trabaja directamente con casi 600.000 agricultores ayudándoles a incrementar su productividad, proteger el medio ambiente y mejorar su situación económica y sus condiciones de vida.

El objetivo de Nestlé al **promover el desarrollo rural** no es únicamente el de proteger el suministro y la calidad de sus materias primas, sino también provocar un impacto positivo a largo plazo en la economía local y el nivel de vida de la población rural. En este sentido, el principio de Nestlé es, siempre que sea posible, el de instalar sus fábricas en los países de origen de las materias primas.

Los Principios Corporativos Empresariales de Nestlé fomentan las prácticas responsables en toda su cadena de suministro. En este



100.000

agricultores de café y cacao capacitados por Nestlé en los últimos 10 años

130.000

agricultores más serán formados en la próxima década con el apoyo de Nestlé



marco, el *Código de Proveedores de Nestlé*, que está siendo incorporado a todos los acuerdos comerciales, establece un mínimo de normas no negociables a respetar por parte de los proveedores, sus empleados, agentes y personal subcontratado, a la hora de llevar a cabo sus actividades comerciales.

## Café

La cadena de suministro de café, con más de 100 millones de personas implicadas en ella y unos 25 millones de agricultores que dependen directamente del cultivo de café para su subsistencia, es extremadamente compleja debido a que el 80% de los caficultores son minifundistas.

Aunque la mayoría de las compras se realizan a través de compañías internacionales de trading, siguiendo para la fijación de los precios las opciones que proporcionan las normas vigentes en los mercados de futuros en Londres, Nueva York o Chicago, actualmente Nestlé es el comprador directo más grande del mundo, ya que adquiere directamente a los agricultores el 10% de los granos de café utilizados para su marca

Nescafé (más de 82.000 toneladas en el 2010). Para 2015 Nestlé duplicará esta cifra, en el marco del denominado **Plan Nescafé**, lo que supondrá unas 180.000 toneladas de café al año adquiridas a unos 170.000 campesinos.

El sistema de compra directa permite que decenas de miles de agricultores e intermediarios ofrezcan café directamente a nuestras centrales de compra, lo que les permite obtener un mejor precio y acceso a asistencia técnica gratuita. De esta forma es posible mejorar la calidad de sus cosechas y diversificar sus actividades, ofreciéndoles mayores ingresos y ayudando a que Nestlé se asegure un suministro sostenible.

Mediante el **Plan Nescafé**, Nestlé, además de duplicar las compras directas, se compromete a lo siguiente:

- Cumplir las normas de sostenibilidad en el cultivo del café.
- Apoyar a los caficultores con programas de asistencia técnica y microfinanciación.
- Reducir el impacto medioambiental de sus fábricas.



**500 millones**

de francos suizos hasta el 2020 que se invertirán en proyectos relacionados con la sostenibilidad del café

**50%**

de la producción mundial de café con criterios 4C, según las previsiones para el 2015

La distribución a los caficultores de 220 millones de plantas de café (hasta el 2020) de alto rendimiento y resistentes a las enfermedades, así como un equipo de casi 100 ingenieros agrónomos y 350 técnicos de campo que asesoran gratuitamente a los caficultores, son algunas de las iniciativas en el marco del **Plan Nescafé**, que cuenta con la colaboración de organizaciones como Rainforest Alliance y la Red de Agricultura Sostenible.

Mejorar la vida de los productores de café requiere del esfuerzo y el compromiso de todos los actores de la cadena de producción. Por ello, Nescafé también es uno de los miembros fundadores de la **Asociación del Código Común para la Comunidad Cafetera (4C)**, en la que participan organizaciones no gubernamentales como Oxfam y Rainforest Alliance.

Uno de los objetivos principales que persigue esta iniciativa es que los pequeños productores puedan solucionar los problemas

causados por la fluctuación anual del precio del café, ayudándoles a incrementar la rentabilidad con más eficiencia, a reducir costes y a mejorar la calidad. Adicionalmente, se pretende promover una agricultura más sostenible. Estos objetivos se persiguen a través del cumplimiento de buenas prácticas en la producción, procesamiento y comercialización incluidas en el código de conducta 4C.

En la actualidad, los miembros de la asociación 4C representan cerca del 50% del abastecimiento potencial de café y más del 65% de la demanda.

Por su parte, Nespresso puso en marcha en verano del 2009 la iniciativa **Ecolaboration™**, una plataforma de colaboración para la innovación sostenible que reúne a todas las partes clave interesadas, a través de la que Nespresso adopta compromisos concretos en relación con la certificación del café empleado, el reciclaje de las cápsulas y la reducción de la huella de carbono.





**Compromiso:**

Obtener el **80%**  
del suministro de café de  
Nespresso del Programa  
AAA, certificado por  
Rainforest Alliance, para  
el **2013**



### Programa Nespresso AAA de Calidad Sostenible™

A través de este programa y en colaboración con Rainforest Alliance, Nestlé se compromete a adquirir café de la mejor calidad.

**Beneficios destacados:**

- El **incremento del precio** del café de primera calidad para asegurar una calidad sostenible: Nespresso paga un 10% por encima del precio de mercado.
- Establecimiento de procedimientos que aseguran que el **75% del precio** de exportación sea **transferido directamente** a los agricultores.
- **Mejora de la calidad** en las granjas. A través de la **formación** a los granjeros se consigue reducir el rechazo de granos del 50% a sólo el 5%.
- Desarrollo de la **fidelización** a largo plazo de los agricultores: en los tres últimos años cerca del 70% de los agricultores de las regiones clave están participando en el programa.

**Compromiso:**

Reciclar un **75%**  
de las cápsulas en el  
**2013**



### AluCycle™

Con esta iniciativa Nestlé adquiere los siguientes **compromisos:**

- **Mejorar las prestaciones** en sostenibilidad del **aluminio** empleado en las cápsulas de Nespresso. Para alcanzar este objetivo, en junio del 2009, se convocó una mesa redonda (primer foro AluCycle), conjuntamente con la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN), que reunió a proveedores de aluminio, recicladores, ONG, asesores medioambientales y otras partes interesadas.
- Establecer **sistemas** eficaces de **recuperación de cápsulas** con la finalidad de triplicar la capacidad de reciclar hasta un 75% de cápsulas usadas antes del 2013.

**Compromiso:**

Reducir la huella de  
carbono por taza en un  
**20%**



### VerTech™

La red VerTech™ es un proyecto de I+D sobre tecnología sostenible creado por Nespresso para **diseñar máquinas más ecológicas** en el futuro.

Este proyecto ayudará a alcanzar el compromiso de reducir la huella de carbono por taza en un 20%, que actualmente es de 82 gramos de CO<sub>2</sub> por taza.

## Un millón de cacao

de alto potencial suministrados a los productores cada año, a partir del 2012, por el nuevo centro de I+D de Nestlé dedicado al cacao en Abidjan (Costa de Marfil)

### Cacao

Coordinar internacionalmente la gestión del cacao para mejorar las condiciones económico-sociales y ambientales de los productores es el principal objetivo del **Plan del Cacao** promovido por Nestlé para lograr un cultivo más sostenible y un producto de la máxima calidad, en un marco de colaboración con el productor que abarca todos los aspectos del viaje del haba de cacao, desde el agricultor hasta el consumidor.

En el 2010, Nestlé compró 380.000 toneladas de cacao (un 10% del suministro mundial), un

producto que suele cultivarse en pequeñas explotaciones familiares, a menudo en ubicaciones remotas, y que proporciona ingresos a más de 4,5 millones de agricultores de todo el mundo, un tercio de ellos en África occidental.

Sin embargo, los bajos precios del cacao han causado una falta de inversión en el sector que no sólo va en detrimento de la calidad del cacao, sino que también provoca un déficit de suministro y unas plantaciones muy vulnerables a las enfermedades.

El **Plan del Cacao** de Nestlé quiere contribuir a hacer frente a esta situación, por lo que se dedicarán 110 millones de francos suizos hasta el 2020, que se suman a los 56 millones ya invertidos en los 15 últimos años. Para su éxito, Nestlé colabora con distintas instituciones gubernamentales –como el Centro de Investigación Agrónoma de Costa de Marfil–, fundaciones sectoriales –como la Fundación Mundial del Cacao– y organismos no gubernamentales –como UTZ CERTIFIED–. Nestlé también es socio fundador de la Iniciativa Internacional del Cacao, constituida específicamente para abordar uno de los problemas más graves del sector: el trabajo forzoso infantil.

En septiembre del 2010, Nestlé y otras siete grandes empresas procesadoras de cacao llegaron a un acuerdo con el Departamento de Trabajo de los Estados Unidos, el senador Tom Harkin, el congresista Eliot Engel y los gobiernos de Costa de Marfil y Ghana para anunciar una nueva asociación a través de cual la industria se ha comprometido a destinar 7 millones de dólares, de los cuales 2 servirán para apoyar una nueva asociación público-privada, liderada por la Organización Internacional del Trabajo, cuya finalidad es la eliminación del trabajo infantil (OIT-IPEC). Por su parte, el Departamento de Trabajo de los Estados Unidos se ha comprometido a destinar 10 millones de dólares.





## Máxima calidad en la materia prima

### Ayudas a los agricultores

- A través de la formación en mejores prácticas agrícolas, se pretende mostrar a los agricultores como, con mayores rendimientos y mejor calidad, pueden aumentar sus ingresos.

### Mejores plantas

- La inversión realizada en los centros de investigación en Tours (Francia) y Abidjan (Costa de Marfil) ha permitido producir grandes cantidades de plantas de cacao de calidad, menos vulnerables a enfermedades y con una producción mucho más elevada.

## Sostenibilidad en la cadena de suministro

- Cadena de suministro transparente y fiable.
- Compra directa a las cooperativas.
- Pago de primas por calidad.

## Mejora de las condiciones sociales

- Iniciativas para eliminar el trabajo infantil
- Colaboración con otras asociaciones para facilitar el suministro y saneamiento del agua.
- Promover la asistencia a las escuelas.

Compromiso de utilizar exclusivamente  
**aceite de palma**  
**certificado sostenible**  
 en el año 2015

### Otros asuntos de interés

Nestlé, que consume el 0,7% de toda la producción mundial de **aceite de palma**, comparte la preocupación por la grave amenaza ambiental que suponen los cultivos de aceite de palma para las selvas y turberas del sudeste asiático. Por esta razón, la compañía ha emprendido un examen a fondo de la cadena de suministro para establecer el origen del aceite de palma que emplea y se ha comprometido a utilizar exclusivamente aceite de palma certificado sostenible en el año 2015, para lo cual ha definido unas directrices de abastecimiento responsable en colaboración con la organización The Forest Trust (TFT).

En materia de **pesticidas**, dado que Nestlé aboga por la utilización de prácticas agrícolas óptimas y sostenibles y en consonancia

con la estricta legislación comunitaria que se aplica en España, la compañía establece una estrategia muy estricta en cuanto a la contratación de agricultores y proveedores, seleccionando las regiones idóneas para los cultivos e identificado a los agricultores dispuestos y capaces de cumplir con sus requisitos técnicos. Concretamente, Nestlé asesora a los agricultores para mantener los cultivos sanos y evitar la contaminación ambiental y controla rigurosamente tanto el procesamiento de las materias primas como su calidad final.

En cuanto a **productos transgénicos**, cabe mencionar que Nestlé España no utiliza materias primas genéticamente modificadas y que si en algún momento las utilizase lo indicaría en el etiquetado de sus productos, en cumplimiento de la legislación vigente en Europa.



## Los principales retos de Nestlé

El compromiso de Nestlé con el desarrollo económico y social de las comunidades rurales a escala mundial queda patente a través de los programas relacionados con los **cultivos de café y cacao**, así como apuesta por la creación de los “**distritos lecheros de Nestlé**”, radios de acción que reúnen geográficamente a los proveedores de leche y los centros de producción de lácteos de la compañía. Esta fórmula, que se aplicó en Suiza desde la década de 1870, en España a partir de 1905 y que se ha establecido ya en 29 países, va a seguir reproduciéndose en países como China e India.

En España, Nestlé pretende seguir **impulsando la economía local de los ganaderos**, comprometiéndose a **abastecerse de leche procedente únicamente de nuestro país**. Asimismo, en el 2011 Nestlé continuará su política de concesión de **microcréditos** y seguirá patrocinando el programa para la mejora de la rentabilidad de las explotaciones lecheras, ofreciendo a los ganaderos recomendaciones para alcanzar una mayor rentabilidad y racionalizar los costes de producción.

Uno de los retos más importantes de Nestlé en relación con la agricultura y la ganadería es la **total erradicación de cualquier forma de explotación infantil** y contra cualquier forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción. Afrontar este reto no es sencillo y precisa del esfuerzo conjunto de toda la sociedad: empresas, administraciones y agentes sociales. Nestlé no es propietaria de granjas ni de plantaciones de cacao en ninguna parte en el mundo, ni tampoco contrata a trabajadores en ellas. Sin embargo, nuestra compañía está llevando a cabo, y seguirá realizando, distintas actuaciones, tanto por iniciativa propia como con otras empresas y organismos.

Nestlé, como miembro fundador de la Iniciativa Internacional del Cacao, continuará promoviendo prácticas laborales responsables y mantendrá colaboraciones con la Federación Internacional de la Cruz Roja y la Media Luna Roja.

Asimismo, a través de nuestro **Plan del Cacao** se pretende reducir el trabajo infantil, que es, fundamentalmente, un síntoma de pobreza. Mejorando las condiciones de vida de los agricultores de cacao se podrá hacer frente a este inmenso reto.



# Equipo humano. A gusto con tu trabajo

- Modelo de gestión de personas **68**
- Selección y formación **72**
- Desarrollo profesional **74**
- Conciliación de la vida laboral y personal e igualdad de género **76**
- Salud y seguridad laboral **77**
- Los beneficios sociales de trabajar en Nestlé **78**
- Los principales retos de Nestlé en España **79**



5.900

personas trabajan directamente para Nestlé en España

17

años es el tiempo de permanencia promedio del personal en la compañía

La vocación de Nestlé por desarrollar relaciones a largo plazo con sus empleados queda patente en su apuesta por la promoción interna, la formación y el desarrollo, y por el establecimiento de mecanismos de escucha activa. Un ejemplo de ello es el promedio de permanencia de los empleados en la compañía –17 años– y el porcentaje de personas con más de 20 años en la empresa –35%–.

## Modelo de gestión de personas

Con el lema “**Las personas que trabajan en Nestlé constituyen su activo más valioso**”, Nestlé pretende expresar su consideración a su equipo humano como factor clave de éxito de la empresa. Es por esta razón que dedica importantes recursos a proporcionar herramientas de desarrollo que, junto con la aplicación de políticas de promoción interna, garantizan el desarrollo del talento a lo largo de la vida profesional de empleados.

En el documento *Principios Corporativos Empresariales de Nestlé* se incluye un principio sobre liderazgo y responsabilidad personal, del que emana la *Política Nestlé de Recursos Humanos*. Esta hace hincapié en actitudes tales como el respeto mutuo, la confianza y la transparencia en la relación con los demás.

La compañía estima oportuno reflejar por escrito la cultura y valores básicos que espera defiendan sus empleados, así como especificar los comportamientos a seguir por todos los que forman parte de ella. Por ello también cuenta con los documentos *Principios Nestlé de Dirección y Liderazgo* y *Código de Conducta Nestlé*.

En un paso más por asegurar que todos los colaboradores de Nestlé en el mundo se rigen por estos principios y cumplen con la legislación local, Nestlé lleva a cabo la denominada auditoría **CARE** (Compliance Assessment of Human Resources, Occupational Health & Safety, Environment and Business Integrity). Este programa a escala mundial se apoya en auditorías realizadas por tres organizaciones externas independientes –Intertek, Bureau Veritas y SGS– que revisan el desempeño de la compañía en las áreas de integridad y ética profesional, medio ambiente, seguridad y salud y prácticas laborales. Mil trescientas cincuenta auditorías han sido llevadas a cabo desde el 2005, año de lanzamiento del programa, y este se ha extendido durante el 2010 a todo el personal y centros de trabajo de Nestlé a escala global. Los resultados de estas auditorías son compartidas periódicamente con la alta dirección, destacando que durante el 2010, en ninguno de los 392 centros auditados se detectó ninguna no conformidad crítica.

Nestlé es reconocida como una de las mejores empresas para trabajar en España, según el informe *Merco Personas 2010*

## Principales indicadores de personal

Indicadores económicos	2008	2009	2010
Plantilla media anual	5.950	5.675	5.901
Fábricas	51%	50%	53%
Distribución y ventas	29%	28%	25%
Oficina central	20%	22%	22%
Porcentaje de mujeres	–	33%	34%
Porcentaje de personal fijo	80%	82%	86%
Porcentaje de personal promocionado	2%	4%	7%
Porcentaje de mujeres sobre el total de personal promocionado	44%	49%	51%
Porcentaje de mujeres en puestos de liderazgo <sup>1</sup>	–	23%	24%

(1) Puestos de liderazgo: directores y jefes de unidad.

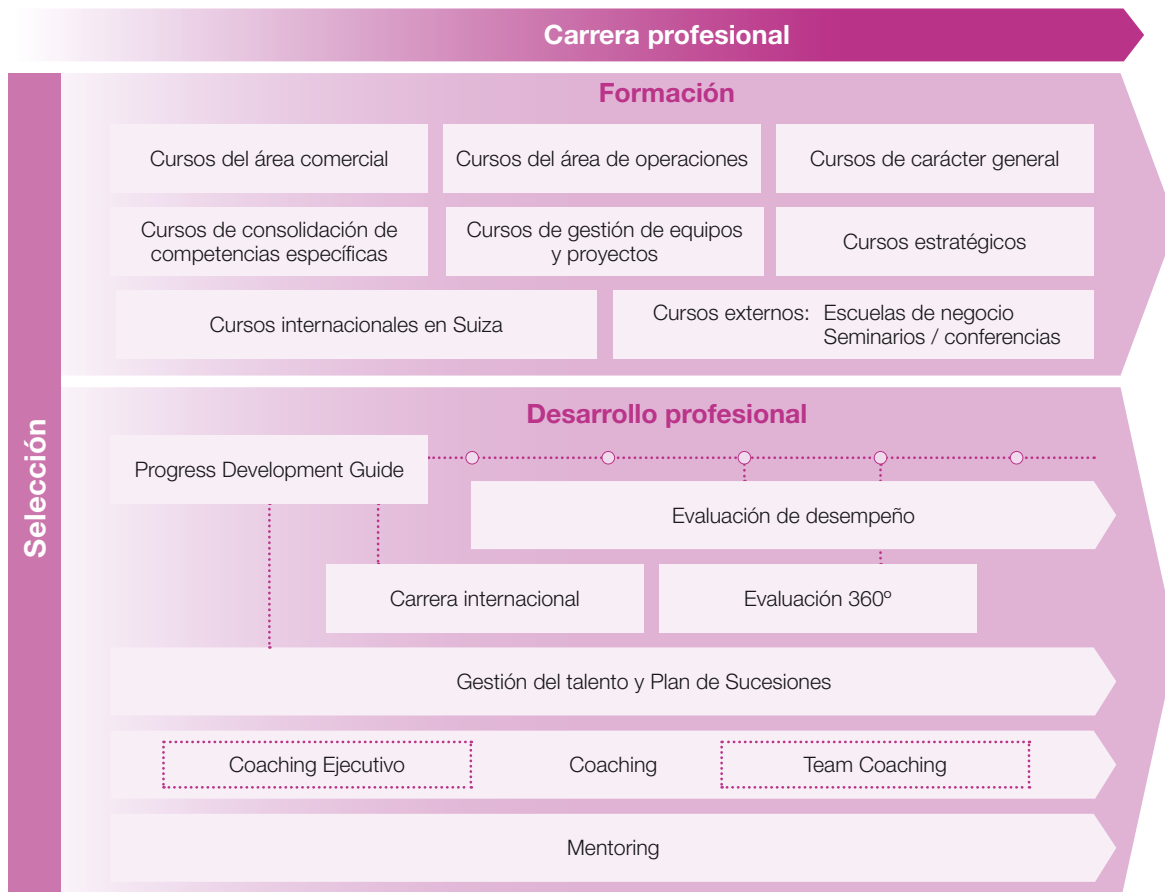


## La gestión del talento

El objetivo de la Dirección de Recursos Humanos de Nestlé es la atracción, desarrollo y retención del talento, como pilar para avanzar hacia una organización más flexible, simple y eficiente, en la que las personas estén por delante de la estructura de la empresa y se conviertan en protagonistas del cambio.

Nestlé en España ha creado dos figuras importantes dentro del área de Recursos Humanos para abordar con éxito los retos actuales en la gestión de las personas:

- Los **Business Partners**, que analizan las estrategias de los negocios, valoran los impactos y carencias en las personas y en la organización, y aportan soluciones que se traducen, por ejemplo, en la reorganización de los departamentos, nuevas contrataciones, cambios en las funciones o necesidades de formación.
- Los **Centros de Expertise**, que se ocupan de funciones transversales a toda la organización. Existen tres Centros de Expertise en Nestlé que se ocupan de:
  - Selección, formación y desarrollo.
  - Remuneración y beneficios extrasalariales.
  - Relaciones laborales.



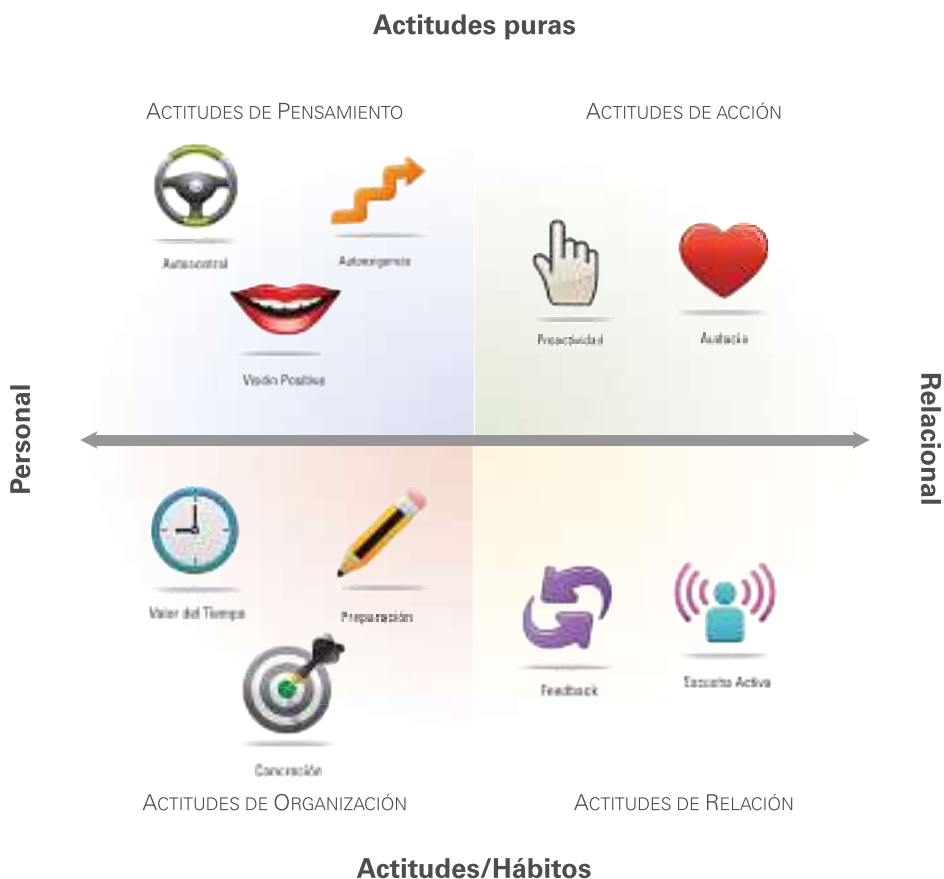
## Programa de Alto Rendimiento y Bienestar

El objetivo de este programa es desarrollar una cultura organizativa que se adapte a las necesidades futuras de la empresa en un entorno moderno y global. Con ello se persigue beneficiar tanto a la empresa –aumentar el rendimiento del empleado– como al trabajador –proporcionándole una mayor satisfacción en el puesto de trabajo–.

El Programa de Alto Rendimiento y Bienestar juega un papel fundamental en el desarrollo de un lenguaje común en la organización. En el 2010, se impartieron 13.920 horas de entrenamiento a 348 participantes –repartidos en 29 grupos–, alcanzándose un grado de satisfacción global del 94%.

Adicionalmente, en el 2010, 82 empleados voluntarios dedicaron casi 6.000 horas a detectar los puntos fuertes y débiles en relación con la forma de trabajar en el seno de la organización, y priorizar 36 iniciativas orientadas a desarrollar una cultura de alto rendimiento y bienestar.

## Actitudes de éxito en una organización de alto rendimiento y bienestar





### “Nestlé y Yo”, el pulso al clima laboral

Con el nombre “Nestlé y Yo”, Nestlé en España realiza periódicamente una encuesta de clima laboral, la cual está dirigida a todos sus empleados, que tiene como objetivo evaluar el grado de implantación de los principios y de la cultura Nestlé, así como conocer, de primera mano, la opinión y satisfacción de las personas en el entorno de trabajo, elemento clave para construir conjuntamente una cultura de alto rendimiento y bienestar.

Nestlé y Yo, iniciativa de ámbito internacional, permite obtener una valiosa fotografía de la situación actual, de los puntos fuertes y de las áreas de mejora, lo que sirve para determinar y priorizar los planes de acción necesarios para seguir construyendo la cultura del futuro de Nestlé. Las preguntas se categorizan en 14 módulos que abordan aspectos como la

alineación de los empleados con los objetivos de la empresa, el liderazgo de equipo, los procesos de trabajo, la autonomía para tomar decisiones, las actitudes de los jefes, el respeto o la recompensa y el reconocimiento.

La encuesta llevada a cabo en 2010, a la que ha respondido un 85% del personal de Nestlé en España, ha permitido comparar los resultados con los de la edición anterior, sobre la que se aprecia una clara mejoría. En concreto, los módulos mejor valorados han sido:

- Comunicación interna y transparencia.
- Alineación de los empleados con la estrategia y objetivos de la empresa.
- Cumplimiento de los compromisos de la compañía con la sociedad.
- Compromiso de los trabajadores con la empresa y con su trabajo.

La encuesta permite, además, comparar los resultados con las valoraciones promedio de otras empresas españolas.

Nestlé en España proporciona empleo a personas con discapacidad, más allá del **2%** de la LISMI

La sensibilidad hacia aspectos sociales y medio-ambientales se incluye como parte de la valoración de los candidatos a trabajar en Nestlé

## Selección y formación

### Selección

La política de Nestlé consiste en contratar a colaboradores dotados de una personalidad y de aptitudes profesionales que les permitan desarrollar una relación a largo plazo con la empresa. Dada la apuesta de Nestlé por la promoción y el desarrollo internos, también se requiere compromiso frente a la organización y una constante voluntad de mejora.

En relación con los **canales de selección**, Nestlé prioriza la búsqueda de candidatos **dentro de la organización**. Otra fuente de búsqueda de talentos procede de los **convenios** establecidos con las universidades y escuelas de negocio, mediante los que

ofrece **prácticas** remuneradas a estudiantes. Además, Nestlé también recurre a **empresas externas** para la selección de los mejores candidatos, a partir de los valores y competencias clave de la compañía.

### Integración laboral de discapacitados

Nestlé tiene la firme voluntad de avanzar en la integración de personas discapacitadas en sus centros de trabajo, con el objetivo de ir más allá del cumplimiento de la LISMI. Asimismo, ofrece oportunidades de empleo a las personas con algún tipo de discapacidad, alcanzando acuerdos con distintas entidades, como Fundación Adecco, y centros especiales de empleo (CEE).



### Colaboración con centros especiales de empleo

En la actualidad, Nestlé opera con diferentes CEE, entre los que se encuentran FEMAREC, centro de discapacitados psíquicos, que se encarga de la recogida selectiva de residuos en la oficinas centrales de Esplugues y Nestlé Waters; Taller de Sant Miquel, que recupera producto de Nestlé Professional; AMPROS, que fabrica palés con destino a la fábrica de La Penilla (Cantabria); Fundación ASTRES, que se ocupa de recuperar café de sobres de la fábrica de Girona; EcoLimpieza, que realiza sus labor en las sedes de Helados Nestlé y Nestlé Waters; Apunts y Soluciones Priority 2008, que proporciona servicios de impresión y material de oficina para Nestlé Waters; o Aprosuba-9, en la fábrica de Miajadas (Cáceres), y FESCAN, Federación de Personas Sordas de Cantabria. Además, desde septiembre de 2009, el centro de distribución de Nestlé de Alovera inició un importante acuerdo de colaboración con el CEE Star Draw, que ha supuesto la subcontratación de trece trabajadores con discapacidad física, ubicados en el propio centro de Alovera, cuya labor es manipular lotes promocionales de diferentes negocios para su entrega al cliente.

Consciente de que la correcta accesibilidad –supresión de barreras arquitectónicas– es una condición previa e imprescindible para facilitar la empleabilidad de las personas discapacitadas, Nestlé desarrolló a lo largo del 2009 distintas acciones en la oficina central. El 3 de noviembre del 2010, la Fundación Adecco otorgó a Nestlé España un premio por el esfuerzo realizado en esta materia.

### Formación

El principal objetivo de Nestlé en el ámbito formativo es facilitar los medios adecuados para el desarrollo de las competencias profesionales y las actitudes necesarias, con el fin de gestionar eficazmente los retos que cada puesto de trabajo conlleva y proporcionar a cada empleado una mayor satisfacción en la realización de su trabajo.

Cada año, el Departamento de Recursos Humanos elabora un **plan de formación** en horario laboral que cubre múltiples disciplinas profesionales, idiomas y otros ámbitos de mejora personal.

Según el **área** en que se trabaja, Nestlé en España clasifica sus cursos en tres ámbitos: **cursos del área comercial**, dirigidos específicamente a las personas que trabajan en ventas y marketing, **cursos del área de operaciones**, apropiados para las personas

del área técnica e industrial, y **cursos de carácter general**, centrados en el desarrollo de capacidades y habilidades personales.

Según el grado de responsabilidad del empleado se clasifican los cursos en tres grandes áreas: cursos que proporcionan conocimientos adicionales con el objetivo de **consolidar competencias** específicas, cursos basados en la **gestión de equipos y proyectos** y cursos **estratégicos** dirigidos a la gestión de las personas que dirigen equipos y proyectos.

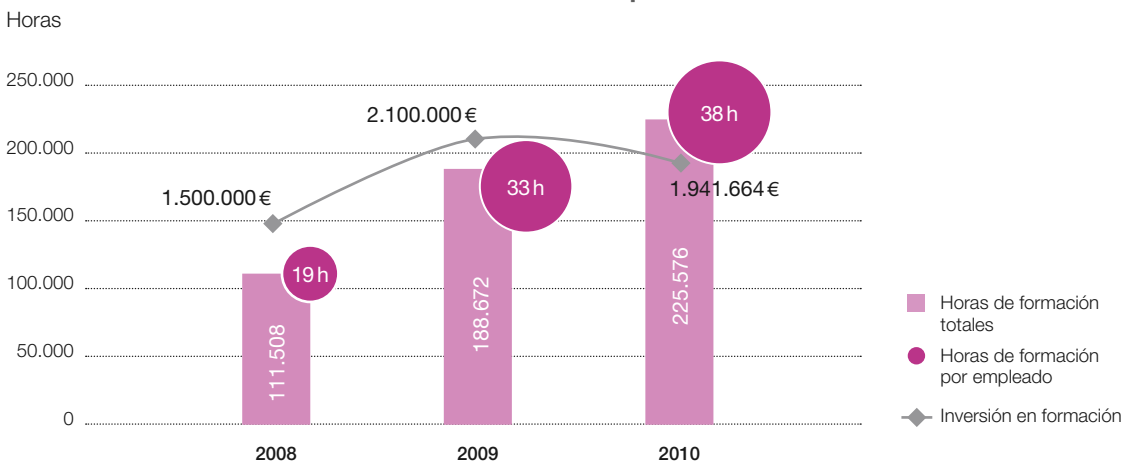
Adicionalmente, Nestlé ofrece **cursos internacionales en Suiza**. Concretamente, se realizan programas organizados en el Centro de Formación de Rive-Reine, destinados a desarrollar y compartir las mejores prácticas, reforzar la cohesión de la empresa y promover la creación de una red de contactos a escala mundial.

Por otro lado, existe la posibilidad de realizar cursos de **formación externa**, a través de distintas escuelas de negocio o mediante la asistencia a seminarios y conferencias sobre temas de interés para los empleados.

También cabe mencionar que Nestlé facilita el acceso a programas de **e-learning**, que promueven la responsabilidad individual de la formación y suponen una eficaz alternativa a la formación presencial.

**1.700** ejecutivos procedentes de más de **80** países asisten a los **70** cursos al año que se imparten de media en el Centro de Formación de Nestlé de Rive-Reine (Suiza)

### Evolución de la formación de Nestlé en España



## Desarrollo profesional

Nestlé ha diseñado distintas herramientas con la finalidad de complementar la fijación y evaluación de objetivos a corto plazo con el desarrollo profesional de los empleados a largo plazo.

La **Progress Development Guide** (PDG) consiste en una hoja de ruta que se mantiene viva a lo largo del tiempo y que permite al empleado ir progresando satisfactoriamente en su carrera profesional, identificando las fortalezas y las necesidades de desarrollo profesional de forma sistemática. El PDG permite mantener un plan continuo que incrementa las opciones laborales en el seno de la empresa.

La **Evaluación del desempeño** es la herramienta que permite la gestión adecuada del rendimiento del trabajador, así como el seguimiento y reconocimiento de éste. Para ello, resulta imprescindible la previa definición de unos objetivos personales, alineados con los objetivos de la empresa, que sean simples, medibles y retadores pero alcanzables.

Otra herramienta relacionada con la valoración del rendimiento es la **Evaluación 360°: la diferencia entre cómo te ves y cómo te ven**, que consiste en una autoevaluación del empleado y en una invitación a sus responsables, subordinados, colegas de otras áreas funcionales de la empresa y colaboradores externos a la compañía a que le evalúen. Esta herramienta permite identificar los puntos fuertes y débiles de uno mismo, detectando así las áreas de mejora en las que uno tiene que trabajar.

Otro de los instrumentos de desarrollo empleados en Nestlé es el **Coaching**, método que consiste en dirigir, instruir y entrenar a una persona, para que analice sus virtudes y fortalezas y desarrolle así aquellas habilidades específicas que le permitan alcanzar las





metas propuestas. Nestlé aplica dos tipos de *coaching*: el **ejecutivo**, aplicado a la alta dirección y centrado en el desarrollo de habilidades personales, como liderazgo o comunicación, y el **team coaching**, dirigido a grupos que deben trabajar de manera coordinada y en colaboración para conseguir un mismo objetivo.

Nestlé también hace uso del **Mentoring**, que consiste en la transferencia de conocimientos por parte de un mentor y el aprendizaje a través de la experiencia de éste. Nestlé centra el proceso de *mentoring* en las competencias clave que ha definido y que se agrupan en tres grandes categorías: inspirar a las personas, mantener la mente abierta y contar con capacidad de relación con los demás.

Nestlé ofrece a sus empleados la posibilidad de desarrollar una **carrera profesional** en diferentes departamentos y países, valorando a aquellas personas motivadas para llevar a cabo una carrera internacional, como demuestra el hecho de que la gran mayoría de los miembros de la alta dirección de la empresa han desarrollado parte de su carrera profesional fuera de su país de origen. Nestlé considera la flexibilidad geográfica una fuente de incalculable valor para el desarrollo personal y la comprensión de un mundo cada vez más globalizado y, por lo tanto, un requisito para mantener la evolución profesional.

En definitiva, la **gestión del talento** es hoy, en cualquier organización, uno de los retos clave en el área de los recursos humanos, por lo que Nestlé se esfuerza en dar respuesta a los planes de carrera establecidos en la PDG, a fin de que cada persona ocupe el puesto más adecuado en el momento oportuno. Por último, a través del **Plan de sucesiones** identifica y gestiona proactivamente el talento, con el objetivo de prever el relevo de los actuales líderes y asegurar la viabilidad futura de la empresa cubriendo las posiciones clave.

## Programa Óptima

Desde 1998 Nestlé España está adherida al programa Óptima –promovido por el Instituto de la Mujer–, cuya misión es impulsar la participación equilibrada de hombres y mujeres en el mundo laboral. Ese mismo año, el Comité Óptima de Nestlé elaboró el documento **Principios Nestlé de Igualdad de Oportunidades para la Mujer**, que ha sentado las bases para la firma de los planes de igualdad.

En el 2010 se ha firmado el primer **Plan de Igualdad** en la sede central de Nestlé España, que establece objetivos y planes de acción tendentes a lograr la plena igualdad de oportunidades.

Actualmente, Nestlé en España ya está incorporando un mayor porcentaje de mujeres que de hombres en su plantilla, si bien el siguiente objetivo se centra en acelerar la igualdad en los niveles de alta responsabilidad y el colectivo de ventas e ir firmando planes de igualdad para todos los centros de trabajo de Nestlé en España.

24% de los puestos de liderazgo ocupados por mujeres

## Conciliación de la vida laboral y personal e igualdad de género

### Igualdad de género

La igualdad de género en Nestlé es una de las prioridades de Creación de Valor Compartido en el ámbito de los recursos humanos. En palabras de Paul Bulcke, máximo responsable ejecutivo de la compañía a escala internacional, “la igualdad de género es una condición indispensable para garantizar la competitividad de la empresa”.

### La conciliación de la vida laboral y personal

Alcanzar el equilibrio entre la vida privada y laboral no sólo es una necesidad individual, sino que también genera un orgullo de pertenencia entre los trabajadores, lo que conlleva una satisfacción personal y una mejora del rendimiento laboral, y resulta ser una vía de retención del talento.

Nestlé fue pionera en la aplicación de medidas de conciliación. En sus oficinas se instauraron los sábados no laborables en la década de los sesenta y el horario flexible desde los setenta.

#### Flexibilidad horaria

Horario flexible para el personal técnico-administrativo, semana comprimida, organización de turnos, posibilidad para las madres con hijos menores de un año de ser eximidas del turno de noche, reducciones de jornada adaptadas a cada persona.

#### Flexibilidad en el tiempo

Posibilidad de vacaciones fraccionadas “a la carta”, días de permiso a cuenta de horas, posibilidad de compaginar las últimas semanas de la baja maternal con la jornada a tiempo parcial, posibilidad de acumular las horas de lactancia.

#### Flexibilidad en el espacio

Ordenador portátil para todo el personal que lo requiera por motivos profesionales con conectividad a la red de Nestlé, reuniones online y uso de videoconferencia en todos los centros de Nestlé. Las mujeres con hijos a su cargo desarrollan su “Plan de Carrera” en la propia zona de residencia.





## Objetivo cero accidentes

en todos sus centros de trabajo es el reto de Nestlé en España

## Salud y seguridad laboral

La seguridad laboral es una prioridad para Nestlé, que considera que no hay nada lo suficientemente importante como para ponerla en riesgo. Nestlé redujo la siniestralidad en sus centros de trabajo de España, si bien no se ha alcanzado el objetivo verdadero, ya que uno de los accidentes resultó mortal. Un solo accidente ya es demasiado, y por eso se debe seguir trabajando en la prevención. Fábricas como las de Miajadas (Cáceres), Gijón o Castellbisbal (Barcelona) han conseguido que durante largos periodos –de uno e incluso dos años– no se produzcan accidentes con baja.

Nestlé ha desarrollado el programa **Seguridad basada en el comportamiento**, que pretende que cada trabajador, no sólo en el ámbito fabril, interiorice la cultura de prevención de riesgos y la incorpore a sus hábitos de conducta.

Cabe destacar que todos los centros de producción de Nestlé en España cuentan con la certificación **OHSAS 18001**, un sistema de gestión para el control de la salud laboral y de los riesgos en materia de seguridad en el trabajo.

Nestlé ha sido precursora en el cuidado de la **salud** de sus empleados. En este ámbito destacan la realización de revisiones médicas periódicas para todos los colaboradores en relación con los riesgos en el puesto de trabajo. En la década de los ochenta dio comienzo un programa de prevención



cardiovascular y otro de diagnóstico precoz del cáncer ginecológico, gratuitos y de periodicidad anual. En 1995, además, se inició el Plan de Prevención del Cáncer de Próstata entre el personal masculino mayor de 50 años y, más tarde, se implantaron las campañas de detección precoz del glaucoma, medidas contra el sobrepeso, detección de la osteoporosis e, incluso, un plan de ayuda al abandono del tabaco.

## Principales indicadores de seguridad y salud laboral\*

	2008	2009	2010
N.º de muertes	1	0	1
Índice de siniestralidad 1 (accidentes con baja)	9,21	6,09	4,73
Índice de siniestralidad 2 (accidentes con y sin baja)	18,51	15,87	9,30

(\*) Todos los datos se refieren a empleados y contratistas.

## Los beneficios sociales de trabajar en Nestlé

A todas las medidas de selección, formación, desarrollo, conciliación, igualdad de género y salud y seguridad laboral cabe añadir una serie de beneficios sociales de los que gozan los trabajadores de Nestlé España. Entre ellos deben destacarse las siguientes iniciativas:

- Plan de pensiones promovido por la empresa, al que esta aporta 3 euros por cada euro del colaborador.
- Gratificación de 4.502 euros al trabajador, sea hombre o mujer, por el nacimiento o adopción de cada nuevo hijo.

- Plan de Apoyo al Personal (PAE): es un servicio gratuito de atención telefónica y personal para resolver cuestiones relativas a la vida familiar y profesional, manteniendo la confidencialidad.
- Ayudas económicas para hijos con algún tipo de discapacidad (155 euros brutos al mes).

Adicionalmente, los empleados de Nestlé España disponen, en la mayoría de centros de trabajo, de servicio de comedor en el que la empresa paga 2/3 partes del almuerzo, y un supermercado con productos de Nestlé. En la oficina central existe una oficina bancaria y se dispone de una agencia de viajes online.



## Los principales retos de Nestlé en España

Desarrollar una organización y cultura de **alto rendimiento y bienestar** es una de las máximas prioridades de Nestlé en España para el 2011 y en los próximos años. En este sentido, se pretende **extender el Programa de Alto Rendimiento y Bienestar a todo el colectivo**.

En términos de **igualdad de oportunidades** de hombres y mujeres, el objetivo se centra en **acelerar la igualdad en los niveles de alta responsabilidad y el colectivo de ventas** e ir firmando planes de igualdad para todos los centros de trabajo de Nestlé en España.

Como resultado de la **encuesta de clima laboral** del 2010, Nestlé en España debe centrar sus esfuerzos en mejorar aspectos relacionados con la remuneración y el reconocimiento, la transparencia en los procesos de desarrollo profesional y promociones del personal, así como las relaciones interdepartamentales. Para ello, es preciso que se aceleren el proceso de alineación de objetivos en toda la organización y la ejecución de la evaluación del desempeño a todos los empleados. El objetivo es **implementar el 70% de todas las iniciativas** derivadas de la encuesta.

Nestlé en España se ha propuesto un último, pero sin duda más importante, reto: dar un salto significativo en temas de **seguridad laboral**, a fin de ponerse a la altura de los países más avanzados. Para conseguir **reducir un 50% el índice de frecuencia de accidentes** y finalizar el 2011 con **cero accidentes graves**, Nestlé promoverá el liderazgo basado en la seguridad, desarrollando módulos de formación adicionales del programa Seguridad basada en el comportamiento, realizando actividades de sensibilización orientadas al personal administrativo e introduciendo iniciativas relacionadas con la prevención de lesiones musculoesqueléticas de los colectivos dedicados a administración y transporte.

# Acción social

- Donaciones **82**
- Iniciativas enfocadas a personas con discapacidad **83**
- Colaboración con la Cruz Roja **85**



**375.000 kilos**  
de productos Nestlé donó  
la empresa a los bancos  
de alimentos en el 2010

Nestlé comparte el objetivo de millones de personas de lograr un mundo mejor y es consciente de que sus acciones tienen una gran influencia en la sociedad. Por ello, Nestlé participa con otras organizaciones en iniciativas que contribuyen a la consecución de este objetivo, como los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas o los Objetivos del Milenio.

En materia de acción social, Nestlé España centra su participación en iniciativas relacionadas con su actividad empresarial, es decir, con la nutrición, la salud y el bienestar.

## Donaciones

Regularmente, Nestlé en España realiza **donaciones de producto a los bancos de alimentos** que, a su vez, los redistribuyen a entidades benéficas como parroquias, centros de acogida y fundaciones y asociaciones de carácter asistencial.

Nestlé considera que este tipo de acciones, realizadas de manera continua, deben contribuir a que nos responsabilicemos en la creación de un mundo en que todas las personas, sin excepción, tengan cubierta esta necesidad básica.

La donación de productos Nestlé es una actividad iniciada hace **más de treinta años** y por la cual, en el 2005, Nestlé recibió la **Espiga de Oro**, un galardón instituido por la Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL) para distinguir a aquellas empresas cuya colaboración ha sido más valorada por el conjunto de bancos de alimentos de España.

En el 2010, los empleados de Nestlé se sumaron a la segunda edición de la campaña **Gran Recolecta de Alimentos** que llevó a cabo la Fundación Banc dels Aliments de Barcelona para recoger en Cataluña 400.000 kilos de alimentos básicos y hacerlos llegar a las personas más necesitadas. Los trabajadores de Nestlé en Esplugues de Llobregat consiguieron aportar un total de **570 kilos** de alimentos.

Por otro lado, reutilizar antes que tirar es la consigna con la que Nestlé en España contempla la **donación de material informático a organizaciones sin ánimo de lucro** que, a su vez, lo hacen llegar a quienes más lo necesitan.

Los empleados de Nestlé colaboran también cada año en las **campañas de donación de sangre** que se organizan en todos los centros de trabajo. Estas campañas cuentan con



Material donado	Organización	Destino
216 CPU y 40 portátiles	Banc de Recursos	Equipamiento de aulas informáticas en escuelas populares de las regiones de Cochabamba y Santa Cruz en Bolivia
11 CPU	Fundació Finestrelles	ONG que atiende a discapacitados intelectuales en Esplugues de Llobregat (Barcelona)
90 portátiles	ONG Asomobe	Mauritania
10 CPU	ONG Asomobe, con el soporte logístico de Barcelona Acció Solidària	Mali
75 portátiles y 60 pantallas TFT	Fundació privada Societat de la Informació Solidària i Sostenible a Catalunya (SISOSCAT)	ONG diversas
35 CPU, 25 portátiles, 30 pantallas y material diverso	Fundación Vicente Ferrer	India
44 CPU y 33 portátiles	ONG Burkina Faso També	Equipamiento de colegios públicos en Burkina Faso



una alta participación. En reconocimiento a ello, la Asociación Hermandad de Donantes de Sangre de Cantabria otorgó a la fábrica de Nestlé La Penilla el Diploma y Medalla de Honor en el 2009. Ya en el 2010, la empresa participó activamente en el Día Mundial del Donante de Sangre, celebrado en Barcelona y organizado por el Banc de Sang i Teixits (Banco de Sangre y Tejidos).

## Iniciativas enfocadas a personas con discapacidad

Numerosos estudios demuestran que la mayoría de personas con disminución intelectual presentan más riesgo de sufrir malnutrición y enfermedades relacionadas con la alimentación, así como frecuentes desórdenes alimentarios.

En este marco, Nestlé España y la **Fundación Pro Disminuidos Psíquicos Finestrelles** han firmado un acuerdo para llevar a cabo el **Programa Nestlé para el Cuidado de la Nutrición orientado a personas con discapacidad intelectual**.

Este programa se basa en la creación de una unidad de atención especializada en la prevención y control de la nutrición de personas con disminución intelectual y comprende una valoración nutricional de los usuarios de la fundación por parte de una nutricionista-dietista, un plan nutricional personalizado y un seguimiento de la evolución de los pacientes.

El objetivo es mejorar la nutrición de personas que sufren discapacidad intelectual para detectar de manera precoz los problemas derivados de la alimentación y ofrecer dietas adecuadas a este colectivo.

Entre otras iniciativas destinadas a personas con algún tipo de discapacidad, cabe destacar que **Nestlé Purina PetCare**, la **Fundación Adecco** y la **Fundación La Granja** han presentado un proyecto destinado a personas con discapacidad en edad adulta, cuyo objetivo es proporcionarles formación en el mundo de los caballos, los animales de granja y los perros que les permita encontrar una salida en el mundo laboral.

Por otra parte, **Nestlé Purina PetCare** apoya las terapias asistidas con animales para

50 años  
de colaboración  
de Nestlé con  
la Cruz Roja en  
España





122.500 euros

donados en total por los empleados y la empresa en España para las campañas de ayuda a Haití y Pakistán

la recuperación y el mantenimiento de las habilidades de personas con necesidades especiales proporcionándoles así una mejor integración y calidad de vida.

También cabe mencionar el premio otorgado por la Fundación Adecco a Nestlé España, por su esfuerzo en la **accesibilidad** para las personas con discapacidad en la oficina central, y por su Plan de Accesibilidad en las fábricas de Nestlé.

En lo relativo a mejorar la accesibilidad de este colectivo a la información de la compañía, Nestlé España ha mejorado su **website corporativa**, haciéndola más accesible a los usuarios con algún grado de discapacidad visual, y está incorporando lenguaje **braille** en algunas referencias, como en el cacao soluble Nesquik, las botellas de agua Nestlé Aquarel y Viladrau y en la leche condensada La Lechera.

## Colaboración con la Cruz Roja

Nestlé España colabora con la Cruz Roja desde 1963, contribuyendo a que pueda desarrollar sus labores de carácter social y humanitario. En los últimos años, ha patrocinado la campaña anual de captación y promoción de voluntarios que colaboran para paliar las carencias de los colectivos más vulnerables.

Como reconocimiento a Nestlé por sus casi **50 años** de colaboración, en febrero del 2010, la Cruz Roja hizo entrega de un **diploma a Nestlé España** por su continuo compromiso con esta institución. La entrega se realizó durante la ceremonia conmemorativa del 150 aniversario del Movimiento Internacional de la Cruz Roja y la Media Luna Roja.



### Iniciativas enfocadas a comunidades necesitadas o perjudicadas por desastres naturales

En enero del 2010 un fuerte terremoto golpeó **Haití**. A raíz de esta catástrofe, empresas, ONG y particulares se volcaron en apoyar las tareas de emergencia y reconstrucción del país, mediante equipos sobre el terreno y donaciones en metálico. Tres días después de la catástrofe, Nestlé España decidió sumarse a dicha labor y puso en marcha una **campaña de ayuda** invitando a todos los empleados a realizar una donación económica a la **Cruz Roja**. Por su parte, **la empresa decidió aportar una cantidad igual a la suma total de las donaciones realizadas por empleados**.

Tras 15 días de campaña, se recaudó la excepcional cifra de **54.290 euros** que, sumada a la aportación de la empresa, totalizó una donación de **108.580 euros**, que se canalizó a través de la **Cruz Roja Española**. Las recaudaciones obtenidas están destinadas a la construcción de alojamientos, saneamiento y acceso al agua potable.

La campaña de solidaridad fue un ejemplo de Creación de Valor Compartido en el ámbito de la acción social y puso de manifiesto la calidad humana de los empleados de Nestlé y el entusiasmo de todo un colectivo sensible a las necesidades de quienes precisan más ayuda.

Después del éxito recaudatorio obtenido en la campaña de ayuda a Haití, cuando se produjeron las devastadoras **inundaciones en Pakistán**, la Dirección de Nestlé decidió invitar de nuevo a todos los colaboradores a hacer una donación económica a través de la **Cruz Roja**, para contribuir a paliar las consecuencias de dichas inundaciones. Como en la campaña anterior, **Nestlé España aportó una cantidad igual a la suma total de las donaciones realizadas por los colaboradores**.

# Sobre este informe



# Alcance y proceso de elaboración

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

El presente informe pretende aportar una **visión de conjunto** en relación con la contribución a la Creación de Valor Compartido de Nestlé en un contexto específicamente **español**. En él se recoge tanto información sobre las recientes actuaciones del 2010 como otras que ya han sido publicadas a través de diferentes medios, como notas de prensa o nuestros *Cuadernos de reflexión en torno a la práctica empresarial responsable*. Se incluye, también, información de las prácticas de Nestlé a escala internacional, en aquellos casos en los que se ha considerado importante contextualizar las actuaciones de Nestlé en España. Asimismo, la información se complementa con una lista de websites de interés al final del Informe, con contenidos online donde se puede encontrar información ampliada referente a la Creación de Valor Compartido de Nestlé.

Nuestro **compromiso** con la publicación de este primer *Informe sobre Creación de Valor Compartido de Nestlé en España* es iniciar una comunicación de nuestros avances en este sentido, alineando nuestra comunicación externa con las directrices sobre buenas prácticas en sostenibilidad a escala internacional.

El **contenido recogido** y los **datos comunicados** en este informe abarcan,

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

Respecto al **marco temporal**, todas las operaciones y acciones descritas, salvo que se indique lo contrario, hacen referencia al ejercicio 2010, con inicio a 01/01/2010 y finalización a 31/12/2010. No obstante, se incluye, asimismo, una serie de información histórica y de contexto, necesaria al ser el primer *Informe sobre Creación de Valor Compartido de Nestlé en España* publicado.

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

## Websites de interés

### Websites en español:

[www.nestle.es](http://www.nestle.es)  
[www.nestle.es/nutricion](http://www.nestle.es/nutricion)  
[www.nescafe.com/desarrollo-sostenible-es](http://www.nescafe.com/desarrollo-sostenible-es)  
[www.thecocoaplan.com/es](http://www.thecocoaplan.com/es)  
[www.nespresso.com/ecolaboration](http://www.nespresso.com/ecolaboration)  
[www.nestle-tv.es](http://www.nestle-tv.es)

### Websites en inglés:

[www.nestle.com/csv](http://www.nestle.com/csv)  
[www.creatingsharedvalue.org](http://www.creatingsharedvalue.org)  
[www.community.nestle.com](http://www.community.nestle.com)  
[www.research.nestle.com](http://www.research.nestle.com)

© Nestlé España, S.A., Julio del 2011

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

**Realización**

PwC

**Diseño**

Estudi Ferran Sendra, S.L.

**Producción**

[www.cege.es](http://www.cege.es)

**Depósito legal**

B. 26712-2011





**Nestlé**

Good Food, Good Life