



**PEPSICO**

# Reporte de Sustentabilidad 2010

PepsiCo Argentina



**Desempeño**

**Sustentabilidad  
Humana**

**Sustentabilidad  
Ambiental**

**Sustentabilidad  
de Talentos**





**Desempeño con Propósito**

La promesa de PepsiCo

**En PepsiCo “Desempeño con Propósito”  
significa mantener un crecimiento sustentable  
al invertir en un futuro más saludable para la  
gente y para nuestro planeta.**



**PEPSICO**

**Carta Directiva de Gerentes  
Generales de PepsiCo**



**04**

**Capítulo 1  
Desempeño**



**05**

**Capítulo 2  
Comunidad**



**14**

**Capítulo 3  
Sustentabilidad  
Humana**



**25**

**Capítulo 4  
Sustentabilidad  
Ambiental**



**38**

**Capítulo 5  
Sustentabilidad  
de Talentos**



**47**

## Carta Directiva de Gerentes Generales de PepsiCo



**PABLO  
MONTIVERO  
ARAYA**  
GERENTE  
GENERAL DE  
PEPSICO ALIMENTOS  
CONO SUR



**SERGIO DE  
FRANCESCO**  
GERENTE  
GENERAL DE  
PEPSICO BEBIDAS  
CONO SUR

Es una gran satisfacción para quienes trabajamos en PepsiCo Argentina, a través de sus divisiones de Alimentos y Bebidas, poder compartir con ustedes nuestro Primer Reporte de Sustentabilidad.

Este documento tiene por objetivo mostrar el recorrido que venimos transitando en la búsqueda de una mejora continua, que se materializa con la decisión de informar sobre nuestro desempeño.

La información que encontrarán en las páginas siguientes es el reflejo del trabajo que venimos realizando en el marco de nuestra estrategia de sustentabilidad basada en "La Promesa de PepsiCo", definida como "Desempeño con Propósito", que significa mantener un crecimiento sustentable al invertir en un futuro más saludable para la gente y para nuestro planeta.

Inspirados en estos lineamientos, en Argentina venimos trabajando en la expansión de nuestro portafolio de alimentos y bebidas, a partir de la búsqueda de formas innovadoras de entender el negocio, la relación con nuestros colaboradores, con el medio ambiente, con nuestros proveedores y con las comunidades en las que operamos.

Elegimos invertir en nuestro país sumando nuevas instalaciones, generando empleo, desarrollando talentos, colaborando activamente en las comunidades y cuidando nuestros recursos naturales. Así hemos logrado consolidar una fuerte presencia de nuestros productos a lo largo del país, proporcionando una amplia gama de opciones orientadas a una alimentación sana y divertida.

Entendemos que la verdadera transformación social nos debe tener como protagonistas y para ello asumimos la responsabilidad de trabajar de manera integral y en conjunto con nuestros principales públicos de interés, en el marco de un proceso de mejoramiento continuo.

A través del Reporte de Sustentabilidad, los invitamos a conocer a la gran familia de PepsiCo.

# Desempeño

**A todos nuestros inversionistas y asociados...**

Es nuestra promesa esforzarnos para lograr un desempeño financiero superior y sustentable.



# Desempeño con Propósito, nuestra Promesa



PepsiCo es una empresa líder en la producción y comercialización de alimentos y bebidas a nivel mundial, con una amplia gama de opciones orientadas a una alimentación más saludable y divertida, reduciendo el impacto ambiental y fomentando una cultura de trabajo heterogénea e integradora hacia las comunidades en las que opera.

La Promesa de PepsiCo implica una filosofía corporativa con metas globales muy ambiciosas que guían a nuestra compañía durante la presente década. A partir de **2007**, nuestra promesa se define como **“Desempeño con Propósito”**, que significa mantener un crecimiento sustentable al invertir en un futuro más saludable para la gente y para nuestro planeta. Como una compañía global de alimentos y bebidas, con marcas que sobresalen por su calidad y renombre, seguiremos construyendo un portafolio de alimentos y bebidas divertido y más saludable, encontrando formas innovadoras de reducir el uso de energía, agua y material con el que hacemos nuestros empaques, y proporcionando un excelente lugar de trabajo para nuestros asociados. Asimismo, respetamos, apoyamos y contribuimos al desarrollo de las comunidades donde operamos al contratar a personas de la localidad; crear productos que reflejen los gustos locales; y establecer alianzas con agricultores, gobiernos y organizaciones civiles

locales. Porque un futuro más saludable para todos y para nuestro planeta significa un futuro más exitoso para PepsiCo.

## NUESTRA ESTRATEGIA ORIENTADA AL CRECIMIENTO SUSTENTABLE SE BASA EN CUATRO PILARES:

- 
  - **Desempeño**, al esforzarnos para proporcionar un rendimiento financiero sustentable y superior;
- 
  - **Sustentabilidad Humana**, al promover una forma de vida sana ofreciendo un portafolio de productos divertidos y más saludables;
- 
  - **Sustentabilidad Ambiental**, al proteger los recursos naturales de la Tierra, a través de la innovación y el uso más eficiente de la tierra, la energía, el agua y los materiales de empaque durante nuestras operaciones;
- 
  - **Sustentabilidad de Talento**, al invertir en nuestros asociados para ayudarles a tener éxito y a desarrollar habilidades necesarias para impulsar el crecimiento de la compañía, al tiempo que creamos oportunidades de empleo en las comunidades a las que servimos.



↑ Desde 2006 ininterrumpidamente, PepsiCo está entre las primeras compañías del Dow Jones Sustainability Index (DJSI).



# Perfil Corporativo

## PEPSICO EN EL MUNDO:

El Grupo PepsiCo ofrece la cartera más diversificada, a nivel mundial, de grandes marcas de alimentos y bebidas con **diecinueve marcas globales**, las que generan individualmente más de mil millones de dólares anuales en ventas minoristas. Nuestras marcas principales –Frito-Lay, Quaker, Pepsi-Cola, Tropicana y Gatorade– así como también cientos de otras marcas de alimentos y bebidas son respetadas en todo el mundo. Ya sea en forma independiente o por franquicias, producimos, comercializamos y vendemos una variedad de marcas de alimentos y bebidas convenientes, divertidas y más saludables en más de **200 países**, con **ventas globales anuales de aproximadamente US\$60.000 millones** y **cerca de 300.000 empleados**, unidos por el compromiso de crecimiento sustentable conocido como **Desempeño con Propósito**.

Según el informe **Interbrand 2010 “Best Global Brands”** el valor de **la marca Pepsi aumentó un 3%** en comparación al año anterior, más que el de cualquiera de sus pares inmediatos. A nivel cualitativo, PepsiCo cuenta con el reconocimiento y la valoración de sus consumidores

## PepsiCo en el mundo:

- › En más de 200 países, en cinco continentes
- › Cerca de 300.000 empleados
- › Ventas globales anuales aproximadas por US\$ 60.000 millones
- › 19 marcas globales que superan individualmente los US\$ 1.000 millones en ventas minoristas anuales
- › Casa matriz: Purchase, Estado de Nueva York, EE.UU.
- › CEO: Indra K. Nooyi



Flota de Distribución

a la vez que es considerada una de las mejores empresas para trabajar en países como Chile, Brasil y Argentina, y una de las 25 mejores empresas del mundo para el desarrollo de líderes, según la Revista Fortune.

## PEPSICO ARGENTINA:

PepsiCo Argentina opera **dos Unidades de Negocios:** PepsiCo Bebidas y PepsiCo Alimentos.

**PepsiCo Bebidas** comenzó sus operaciones en **1959**, y ha desarrollado una amplia gama de productos en las categorías de Gaseosas, Aguas Saborizadas, Jugos listos para tomar, Isotónicos y Energizantes. Actualmente cuenta con marcas de altísimo reconocimiento y valoración por los



Flota de Distribución

consumidores como: Pepsi, 7Up, Gatorade, Paso de los Toros, Mirinda, H2Oh!, Propel, Tropicana y SoBe.

La **producción y distribución** de bebidas en la Argentina están a cargo de la empresa **Cervecería y Maltería Quilmes**, con seis plantas embotelladoras, bajo estrictos estándares de calidad establecidos y supervisados por PepsiCo.

**PepsiCo Alimentos** nació en **1993**. Actualmente produce y comercializa importantes marcas de avena y cereales, crackers, snacks y polvos chocolatados como Lay's, Twistos, Quaker, Doritos, Toddy, Zucoa, Pehuamar, Cheetos, Pep y 3D.

Con **cuatro plantas productivas** ubicadas una en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, dos en la Provincia de Buenos Aires y una en la provincia de La Rioja, emplea a más de **1.600 personas** en forma directa.

Los productos que conforman la familia de PepsiCo Alimentos son de **origen agropecuario** y están elaborados con **materias primas de alta calidad** como papa, maíz, trigo y avena, así como con **aceite de girasol** alto oleico, libre de colesterol, 0% grasas trans, y es rico en omega 9. Todos los alimentos están manufacturados bajo procesos productivos con políticas claras y sólidas referidas a la salud y al bienestar buscando cuidar la calidad de vida de sus consumidores.

## PepsiCo Argentina:

- › Sedes administrativas: Munro y Quilmes, Provincia de Bs. As.
- › Presidentes: Pablo Montivero Araya, Alimentos y Sergio de Francesco, Bebidas.
- › 1.696 empleados directos (Ambas Unidades de Negocios).



Planta y oficinas corporativas Mar del Plata y Quilmes

## PepsiCo Bebidas, desde 1959

- › 6 plantas embotelladoras operadas por Cervecería y Maltería Quilmes (Buenos Aires, Córdoba, Tucumán, Corrientes, Mendoza, Trelew).
- › Marcas: Pepsi, 7Up, Gatorade, Paso de los Toros, Mirinda, H2Oh!, Propel, Tropicana y SoBe.

## PepsiCo Alimentos, desde 1993

- › 4 plantas productivas
- › Florida: salados y horneados
- › Mar del Plata: salados y horneados
- › Barracas: cereales
- › La Rioja: polvos chocolatados
- › Marcas: Lay's, Twistos, Quaker, Doritos, Toddy, Pehuamar, Cheetos, Pep, Pop Korn y 3D.



# Misión, Visión, Valores

## ➤ Nuestra Misión

Ser la primera compañía global de productos de consumo masivo focalizada en alimentos y bebidas. Buscamos ofrecer beneficios financieros a nuestros inversores así como brindar oportunidades de crecimiento y enriquecimiento a nuestros empleados, a nuestros socios de negocios y a las comunidades en las cuales operamos. En todo lo que hacemos apostamos a la honestidad, al respeto y a la integridad.

## ➤ Nuestra Visión

Ser la compañía favorita de alimentos y bebidas y capitalizar nuestro liderazgo para desarrollar aceleradamente la categoría, todo esto sostenido por el desarrollo de un equipo ganador.

## ➤ Nuestros Valores Corporativos:

• **Crecimiento Sostenido:** fundamental para motivar y medir nuestro éxito. Buscarlo estimula la innovación, agrega valor a los resultados y nos permite entender cómo las acciones que hoy tomamos impactan en nuestro futuro. Lo entendemos como el crecimiento de las personas y el desempeño de la compañía.

• **Personas Capaces e Idóneas:** con libertad para actuar y pensar de manera tal que realicemos nuestras actividades siendo coherentes con los procesos corporativos y con las necesidades de la compañía.

• **Responsabilidad y Confianza:** son los cimientos del crecimiento sano que implica generar confianza como individuos y como compañía.

Nos comprometemos de manera personal y como miembros de la organización en cada acción, cuidando siempre los recursos que se nos asignan. Construimos la credibilidad entre nosotros mismos y con los demás, actuando con la más alta coherencia y con el compromiso de triunfar juntos.

Nuestros valores se complementan con una serie de Principios que guían nuestro desempeño:

• **Cuidar a nuestros clientes, consumidores y al mundo en el que vivimos:** Nos impulsa un intenso espíritu competitivo en el mercado, orientado hacia las soluciones que logren un triunfo para nuestros accionistas y para nosotros. Nuestro éxito depende de un total conocimiento de nuestros clientes, consumidores y comunidades.

• **Vender sólo productos de los que podamos estar orgullosos:** La mejor prueba de nuestros estándares es la capacidad de recomendar personalmente nuestros productos y consumirlos sin ninguna reserva. Este principio atraviesa toda la compañía, desde la compra de ingredientes hasta el producto final con el que llegamos al consumidor.

• **Hablar con honestidad y franqueza:** Nos expresamos claramente mostrando todo el panorama, no sólo lo que es conveniente para el logro de metas individuales. Además de ser claros, honestos y precisos, asumimos la responsabilidad de asegurarnos que nuestros mensajes se comprendan.

• **Balancear el corto y el largo plazo:** Tomamos decisiones que equilibran los riesgos y los beneficios de corto y de largo plazo. Sin este equilibrio no podemos alcanzar la meta del crecimiento sostenido.

• **Ganar con la diversidad y la inclusión:** Fomentamos un ambiente de trabajo que reúne a personas con diferentes características y formas de pensar. Esto promueve la innovación, la habilidad para identificar nuevas oportunidades de mercado, el desarrollo de nuevos productos y el fortalecimiento

de nuestra habilidad para mantener el compromiso de crecimiento sostenido mediante personas capaces e idóneas.

• **Respetar a los demás y obtener el éxito**

**conjunto:** Convocamos a personas extraordinarias que tengan la capacidad de trabajar en equipo. El éxito conjunto depende totalmente de tratar con respeto a quienes se relacionen con la empresa, interna y externamente. Nuestro espíritu de diversión, respeto por los demás y el valor del trabajo en equipo nos convierten en una compañía donde la gente disfruta el formar parte de ella y nos permite lograr un desempeño de clase mundial.



**Nuestros Valores**

Lograr  
**Crecimiento Sostenido**  
Mediante  
**Personas Capaces y Facultadas**  
Que actúen con  
**Responsabilidad**  
y construyan **Confianza**

**Los principios que nos guían**  
*nos esforzamos siempre por...*

- Cuidar a nuestros clientes, consumidores y al mundo en que vivimos.
- Vender sólo productos de los que podemos estar orgullosos.
- Hablar con honestidad y franqueza.
- Balancear el corto y el largo plazos.
- Ganar con la diversidad y la inclusión.
- Respetar a los demás y obtener el éxito juntos.

**¿POR QUÉ SON IMPORTANTES LOS VALORES?**

- ✓ Influencian nuestra manera de pensar, interactuar y de tomar decisiones.
- ✓ Establecen un marco para nuestra acción tanto internamente como con nuestros clientes y consumidores.
- ✓ Son la base de la cultura organizacional requerida para construir una empresa orientada al "Desempeño con Propósito".

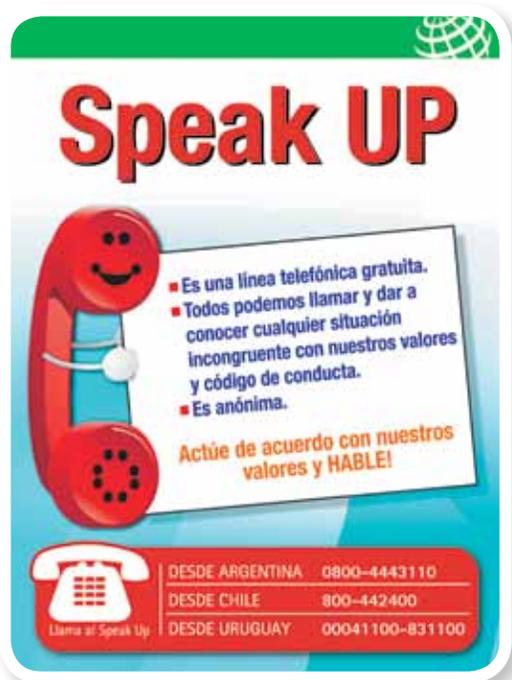
## Ética con Propósito

En PepsiCo, comportarnos éticamente y con integridad significa cumplir plenamente con todas las leyes y regulaciones internacionales, nacionales y locales que apliquen a nuestro negocio, así como promover y practicar los principios y políticas incluidos en nuestro Código de Conducta.

Al igual que nuestros Valores, el **Código de Conducta** está en el corazón de todas nuestras acciones y decisiones. Se aplica a todos los empleados –sin distinción de jerarquía o nivel– a todas nuestras divisiones y subsidiarias y a todas nuestras transacciones comerciales y se exige a nuestros proveedores.

Desde **1976**, el Código une a todos los integrantes de PepsiCo a través de valores compartidos y metas comunes y es una declaración de nuestro compromiso con los más altos estándares de ética e integridad. Se revisa y actualiza periódicamente para acompañar el dinámico escenario en el que operamos. Incluye **lineamientos** sobre corrupción, obsequios de negocios, discriminación, acoso, confidencialidad, contabilidad y registro de datos, derechos humanos, medio ambiente, actividades políticas, protección de los activos de la compañía y denuncias.

Para garantizar un efectivo **conocimiento y cumplimiento** de los principios incluidos en el Código de Conducta, el área de **Compliance** diseña **actividades e instancias de capacitación** para todos los empleados. En caso de conductas no avaladas por el mismo, contamos con una serie de medidas correctivas, tales como recomendaciones, advertencias, reducción del bonus anual y, en casos extremos, la finalización de la relación laboral.



## Speak Up!

Asimismo, contamos con una línea llamada **"SPEAK UP"** que ofrece al empleado la instancia para formular preguntas, expresar preocupaciones o informar acerca de **acciones no éticas** reñidas con los valores de

PepsiCo, con nuestro Código de Conducta o con la ley vigente.

Previo al uso de la línea, el empleado tiene la oportunidad de notificar a su Supervisor directo, Gerente de Área o Director sobre la situación que genera conflicto o recurrir a Recursos Humanos, Seguridad, Legales o Auditoría. En caso de no encontrar una solución satisfactoria, tiene la posibilidad de recurrir a la línea **"SPEAK UP"**.

Este sistema permite reportar toda forma de discriminación, acoso sexual, actos inseguros y atentados contra la seguridad, maltrato de empleados, abuso de sustancias, falsificación o alteración de información, irregularidades de contabilidad y auditoría, cuestiones de control interno, prácticas comerciales dudosas, fraude y robo, conducta criminal, regalos inaceptables, alteración de productos.

## Reconocimientos

PepsiCo Argentina recibió el **Premio Donald M. Kendall**, uno de los más tradicionales e importantes de la Compañía, que **reconoce iniciativas destacadas globalmente en el área de negocios.**



Premio Kendall

PepsiCo Argentina fue distinguida por **presentar la mejor iniciativa integral basada en los tres pilares de la sustentabilidad:** humana, ambiental y de talentos.

**Fundación PepsiCo Cono Sur** fue distinguida con el **Premio Harvey C. Russell**, que forma parte del PepsiCo Chairman's Award, y **honra a las personas y equipos que se destacan en el desarrollo de programas de diversidad e inclusión.**

**Fundación PepsiCo Cono Sur** fue reconocida por la gestión exitosa de **programas que apoyan la educación, la salud y el voluntariado corporativo y que han beneficiado a más de 100 mil personas en Argentina, Chile y Uruguay** en los últimos cinco años.

**PepsiCo, una de las Mejores Empresas para Trabajar, distinguida por The Great Place to Work® Institute Argentina**



Entrega de premios The Great Place to Work



Inauguración planta Mar del Plata

- Primer lugar en el “sector alimentación”
- Sexto lugar en la categoría “más de 1000 empleados”
- Distinguida con la “Mención Especial a la Responsabilidad Social Empresaria”.

### ↑ **NUEVA LÍNEA DE PRODUCCIÓN, PLANTA DE MAR DEL PLATA, Provincia de Buenos Aires:**

- **Fabricación de productos horneados, principalmente del tipo “crackers”**
- **Inversión de US\$ 15 millones**
- **Única en el país, equipada con última tecnología, totalmente automatizada, preciso sistema de control con monitoreo constante**
- **50 nuevos puestos de trabajo (sobre un total de 400)**
- **Abastece el mercado de la Argentina y exporta a Chile, Uruguay y Paraguay**
- **Ingenieros, arquitectos y técnicos marplatenses trabajaron durante 14 meses**
- **Inaugurado: Diciembre 2010**

## Participación Institucional

- Cámara Argentina de Anunciantes, **CAA**
- Cámara Argentina de Bebidas sin Alcohol, **CADIBSA**
- Cámara de Comercio de los Estados Unidos en la República Argentina, **AMCHAM**
- Cámara de Industriales de Productos Alimenticios, **CIPA**
- Club de Empresas Comprometidas con la Discapacidad, **CEC**
- Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible, **CEADS**
- Coordinadora de las Industrias de Productos Alimenticios, **COPAL**
- Fundación Caminando Juntos/United Way Argentina (miembro fundador)
- Instituto Argentino del Envase, **IAE**
- Instituto Argentino para la Responsabilidad Social Empresaria, **IARSE**
- Instituto para el Desarrollo Empresario Argentino, **IDEA**

# Comunidad

## Responsabilidad Social y Fundación PepsiCo

Nuestra promesa a las comunidades vecinas es invertir en su desarrollo, fortalecimiento y calidad de vida a través de recursos económicos y de iniciativas que involucran a nuestros colaboradores.





# Inversión Social con Propósito: Fundación PepsiCo

En PepsiCo entendemos a la **Responsabilidad Social Empresaria** como una visión de negocios que se aplica en cuatro líneas estratégicas: **Ética Empresarial, Calidad de Vida, Apoyo a la Comunidad y Cuidado del Medio Ambiente.**

Las iniciativas de inversión social se implementan a través de la Fundación PepsiCo, **creada en 2006** con la **misión** de **promover Programas en Educación, Salud y Bienestar.**

La **estrategia** de la Fundación se basa en un esquema integral de relaciones con la comunidad, a través de programas de carácter no asistencialista, destinados a fomentar el trabajo en red con instituciones de la comunidad en alianza con organizaciones de la sociedad civil especializadas en temáticas sociales.

Nuestras **acciones** se implementan según las características de cada población, respetando sus saberes, hábitos, opiniones y necesidades. A partir de un proceso participativo y de la aplicación de técnicas de relevamiento de datos, se obtiene un mapa-diagnóstico de la comunidad, que fundamenta los programas de manera que éstos se ajusten a las necesidades de cada comunidad y tengan continuidad e impacto en el tiempo.

## Fundación PepsiCo

### NUESTRA MISIÓN

Promover el **desarrollo de la comunidad** mediante programas de Educación, Salud, Nutrición y Bienestar.

### NUESTRA VISIÓN

Ser **líderes de transformación social**, contribuyendo al crecimiento de nuestra organización y al desarrollo sustentable de nuestro entorno.

## Nuestros Valores

- P**asión para cambiar las cosas
- E**speranza en un mundo mejor
- P**rimero la gente más necesitada
- S**entimos los problemas
- I**ncidimos en la sociedad
- C**reemos en el cambio
- O**rganizados para trabajar



Programa Manos Solidarias. Mendoza

La Fundación trabaja en **tres líneas programáticas:**

- 🕒 **Vida Saludable: ActivaRSE**
- 🕒 **Educación: ApreNDAR**
- 🕒 **Voluntariado Corporativo: Manos Solidarias**



Programa ActivaRSE. Cierre 2009

➤ **Vida Saludable:** *actiVarse*

Ofrece a la comunidad educativa herramientas básicas de reflexión y acción para la **promoción de una vida saludable**, teniendo como eje principal el desarrollo integral de la infancia.

Está dirigido a escuelas que trabajan con poblaciones estudiantiles en condiciones de vulnerabilidad social. Destinatarios directos del Programa:

- Alumnos entre 6 y 9 años en el primer ciclo de EPB (1º, 2º y 3º grado)
- Directivos y docentes de los alumnos involucrados en el proyecto y la comunidad educativa del establecimiento
- Familias de los alumnos beneficiarios

A través de jornadas de capacitación destinadas a docentes y padres, talleres para alumnos y entrega de material deportivo, se implementan propuestas didácticas, generando espacios de participación y formación que permiten ampliar el horizonte de los niños y sus familias, desde una oferta educativa basada en el uso y construcción de un tiempo creativo. Las temáticas abordadas están relacionadas con los siguientes ejes fundamentales:



Programa ActivaRSE

- Educación en nutrición
- Importancia de realizar actividad física
- Establecimiento de hábitos saludables

**EL PROGRAMA COMENZÓ EN 2007 Y HA ALCANZADO LOS SIGUIENTES RESULTADOS:**

<b>3.869</b>	<b>Niños</b>
<b>15.476</b>	<b>Beneficiarios indirectos</b>
<b>13</b>	<b>Colegios</b>
<b>21</b>	<b>Talleres para docentes</b>
<b>225</b>	<b>Docentes</b>
<b>42</b>	<b>Talleres</b>
<b>1620</b>	<b>Padres</b>

FUENTE: ASOCIACIÓN CONCIENCIA



Arriba: Programa ActivaRSE. GBA. / Abajo: Programa ActivaRSE. Tucumán

## Programas ApreNDAR y ActivaRSE

- › Declarados de Interés Educativo mediante la Resolución N° 256/2009, expedida por el Ministerio de Educación de la Nación.
- › Declarados de Interés Educativo por la Municipalidad y el Concejo Deliberante de Bella Vista, Provincia de Tucumán.
- › Declarado de Interés Educativo por la Dirección General de Cultura y Educación, Gobierno de la Provincia de Buenos Aires. Resolución N° 3153/2010.
- › Declarado de Interés Educativo por el Ministerio de Educación de la Nación. Resolución N° 675/2010.

## ➔ Educación: **apRENDAR**

Brinda herramientas que permitan **mejorar las condiciones para el acceso y continuidad en los estudios** a jóvenes que no cuenten con los recursos económicos necesarios, que demuestren esfuerzo, buen rendimiento, buena conducta y compromiso con sus estudios. Dirigido a estudiantes de Enseñanza Media (3°, 4° y 5° año).

Cada becario, durante los últimos tres años de la Escuela Media, es asistido por un voluntario que asume el rol de Guía con el compromiso de acompañarlo y orientarlo en sus estudios y en todo lo vinculado a su escolaridad.



Programa ApreNDAR. Tucumán

Está organizado sobre tres ejes fundamentales:

- Aporte económico
- Acompañamiento del becario por Guías (voluntarios)
- Formación de los becarios a través de talleres que apuntan a fortalecer su autoestima alentándolos a identificar sus intereses, habilidades y capacidades, de manera que puedan pensarse como agentes de acción y cambio



## DESDE SUS INICIOS, APRENDAR INCLUYÓ:

19	Escuelas
210	Becas
272	Guías Voluntarios
15	Guías PepsiCo voluntarios
49	Talleres
100	Docentes

FUENTE: ASOCIACIÓN CONCIENCIA



Programa ApreNDAR GBA

### Programa ApreNDAR

- › Mención de honor en la categoría Educación y Cultura, Premio Ciudadanía Empresaria 2007, Cámara de Comercio de los Estados Unidos en Argentina (AmCham).
- › Declarado de Interés Educativo, Resolución N° 505/2007, del Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología de la Nación.
- › Declarado de Interés Educativo por el Ministerio de Educación de la Nación, resolución N° 665/2008.
- › Mención de Honor, Premio Madre Teresa de Calcuta 2008, Foro del Sector Social.
- › Declarado de Interés Educativo por la Dirección General de Cultura y Educación, Gobierno de la Provincia de Buenos Aires. Resolución N° 3153/2010.
- › Declarado de Interés Educativo por el Ministerio de Educación de la Nación. Resolución N° 675/2010.

## Voluntariado Corporativo:



Facilita el espacio necesario para que los **empleados de PepsiCo canalicen su espíritu solidario** en línea con la estrategia de inversión social de la compañía, a partir de la participación voluntaria en acciones de interés social orientadas hacia la comunidad cercana.

Las acciones e iniciativas se enmarcan dentro de tres áreas:

### » APOYO A LÍNEAS PROGRAMÁTICAS

- **Programa ApreNDAR**
  - 15 voluntarios
  - 2.430 horas de voluntariado
- **Encuentros "Referentes Profesionales"**
  - 120 jóvenes
  - 20 voluntarios
  - 3 encuentros



### Voluntarios ApreNDAR + Voluntarios Corporativos

- **Jornada Solidaria en Mar del Plata:** Becarios ApreNDAR y Voluntarios PepsiCo, junto a docentes y alumnos de la Escuela Media N° 19 de Mar del Plata compartieron una jornada solidaria para mejorar las instalaciones de la escuela.
- **Jornada Recreativa en Tigre:** Becarios ApreNDAR y Voluntarios PepsiCo compartieron actividades recreativas con niños de los Hogares Rincón de la Esperanza, San José y Querubines.

### » CAMPAÑAS SOLIDARIAS

- **Colectas de alimentos, ropa y útiles escolares**
  - 6 colectas
  - 10 instituciones beneficiadas



Programa Manos Solidarias Bariloche

 **Colecta de Ropa para Tucumán:** la Escuela Roque Saénz Peña, donde se implementa el programa ActivaRSE, recibió una colecta de abrigos para evitar el ausentismo de los alumnos durante el invierno.

- **Nochebuena para todos**  
Cajas navideñas para familias vulnerables, vecinas de la planta de Florida y de la planta de Mar del Plata.
  - 5 años de participación
  - 350 voluntarios
  - 1.240 beneficiarios

- **Participación en reformas edilicias**
  - 5 instituciones beneficiadas
  - 165 voluntarios

 **75 líderes de la Región Cono Sur de Alimentos de PepsiCo participaron de una actividad solidaria, en el marco de un encuentro desarrollado en Bariloche, Provincia de Río Negro.**

Se realizaron obras de reconstrucción y remodelación del Complejo Perito Moreno, espacio cedido por el

Municipio de Bariloche, que comprende un Centro Comunitario y la Parroquia Sagrada Familia, sedes de numerosas actividades que realizan instituciones, organizaciones y vecinos.

» **CONCURSO DE PROYECTOS EN SUCURSALES**

En Mendoza y Córdoba los empleados proponen organizaciones sociales vecinas como beneficiarias de acciones de voluntariado.

- **Mendoza:** Escuela Leonardo Da Vinci - 20 voluntarios
- **Córdoba:** Guardería - Comedor "Luz y Esperanza", Barrio Nuestro Hogar 2 - 30 voluntarios

**LOGROS VOLUNTARIADO CORPORATIVO A 2010:**

<b>19</b>	<b>Escuelas</b>
<b>2.241</b>	<b>Beneficiarios directos</b>
<b>8.964</b>	<b>Beneficiarios indirectos</b>
<b>470</b>	<b>Voluntarios (25% sobre total de dotación)</b>
<b>4.310</b>	<b>Horas solidarias</b>
<b>32</b>	<b>Organizaciones beneficiadas</b>

FUENTE: ASOCIACIÓN CONCIENCIA



# Cinco años de trabajo de Fundación PepsiCo

Fundación PepsiCo, acompañando el crecimiento de la Compañía, desarrolla sus programas en Cono Sur, en Argentina, habiendo **impactado en los últimos 5 años en un total de 88.847 destinatarios.**

» Llegamos en forma directa a 22.600 destinatarios y en forma indirecta a 66.247.

» Estuvimos presentes en 76 escuelas de todo el país.

» Becamos en forma directa a 210 estudiantes.

» Contamos con la participación de 742 voluntarios.

INFORMACIÓN SUMINISTRADA POR: ASOCIACIÓN CONCIENCIA,

## RECONOCIMIENTOS RECIBIDOS POR LA FUNDACIÓN PEPSICO

- Premio Ciudadanía Empresaria, **Cámara de Comercio de los Estados Unidos en la Argentina** (AmCham), por Programas para la Mujer, año 2006.

- Reconocimiento del **Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación**, por el compromiso de trabajo en la campaña "Inclusión y Diversidad", año 2006.

- Reconocimiento del **Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Secretaría de Desarrollo Social**, por el aporte a Programas de integración comunitaria, año 2007.



Programa ApreNDAR Tucumán

- Mención de Honor en la categoría Educación y Cultura al Programa ApreNDAR, Premio Ciudadanía Empresaria, **Cámara de Comercio de los Estados Unidos en la Argentina** (AmCham), año 2007.

- Reconocimiento del **Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación**, por el compromiso con el Programa "Jóvenes con Futuro", año 2008.

- Premio Ciudadanía Empresaria, **Cámara de Comercio de los Estados Unidos en Argentina** (AmCham), por el Programa "Camino a la Vida Saludable", año 2008.



Programa Manos Solidarias Buenos Aires

## Compromiso con las Comunidades

Junto a nuestros colaboradores, **compartimos la visión de ser líderes en la transformación social tanto de nuestra Compañía como de nuestro entorno.** Por ello, estamos atentos a las problemáticas y necesidades de las comunidades vecinas, para lo cual trabajamos en alianza con organismos estatales y organizaciones de la sociedad civil en programas e iniciativas que mejoren su calidad de vida.

» En **Mar del Plata**, donde está localizada una de las principales plantas de PepsiCo, se detectó un serio problema de **trabajo infantil** en los basurales del monte Terrabusi. En alianza con el **Municipio del Partido de General Pueyrredón**, junto con la **Universidad Nacional de Mar del Plata**, se inició el **Programa RecreaRSE.**

### » RecreaRSE:



- Contribuir a la prevención y erradicación progresiva del trabajo infantil
- Sensibilizar y concientizar a la comunidad sobre el trabajo infantil y la relevancia de la mitigación de sus impactos
- Actividades recreativas y de formación
- Difusión de los Derechos del Niño
- Barrios Santa Rosa del Mar y Antártida Argentina, Mar del Plata
  - 250 niños
  - 2 escuelas
  - 7.157 destinatarios indirectos

FUENTE: ASOCIACIÓN CONCIENCIA



Programa RecreaRSE, Mar del Plata



Programa RecreaRSE, Mar del Plata

En **Florida, Provincia de Buenos Aires**, está localizada otra importante planta de producción. Con el objetivo de **construir vínculos de confianza y de buena vecindad**, promovimos el **Programa PepsiCo y los Vecinos** como canal directo de comunicación que nos permite conocer sus problemáticas, necesidades e inquietudes, a partir de las cuales implementamos las actividades y acciones adecuadas para darles solución.

» **PEPSICO Y LOS VECINOS**

- Relaciones de buena convivencia con la comunidad
- Acciones de crecimiento y desarrollo
- Actividades culturales
- Ciclos de talleres
- **290 vecinos** del barrio Florida Oeste, Provincia Buenos Aires

En todas las comunidades donde estamos presentes, buscamos un **acercamiento permanente con nuestros vecinos y planteamos una política de puertas abiertas**. El **Programa PepsiCo y Vos** convoca a las entidades educativas para que conozcan

las instalaciones y compartan actividades lúdicas sobre vida saludable.

» **PEPSICO Y VOS**

- Visitas de colegios primarios a las plantas
- Acercamiento de la comunidad educativa a nuestra compañía, productos y procesos
- Charla taller con información sobre alimentación y vida saludable
- **Alrededor de 3.500 visitas anuales**



PepsiCo y vos

# Alianzas estratégicas

En PepsiCo trabajamos en **alianza y en sinergia con diversas instituciones** en variadas temáticas de interés social:



- **Asociación Civil Conciencia:** desde 2005 trabajamos en un proceso de sistematización de nuestros proyectos, bajo estándares propios del sector social, estableciendo metas y objetivos e instancias de evaluación (inicial, de desarrollo y resultado).



- **CONAETI, Comisión Nacional de Erradicación de Trabajo Infantil:** asumimos el compromiso de trabajar por la erradicación del trabajo infantil.



- **Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación:** participamos en el Programa "Jóvenes con Futuro".



- **Fundación Garrahan y Fundación Reciduca:** donación de papel y de plástico durante 2010:
  - **Fundación Garrahan:** 9.310 kilos de papel y 125 kilos de tapitas
  - **Fundación Reciduca:** 1.800 kilos



- **Ministerio de Educación de la Nación, Programa "Educando con Impuestos":** colegios previamente seleccionados por el Ministerio reciben equipamiento y capacitación para la construcción de valores ciudadanos.



- **Universidad Maimónides:** apoyo académico a programas de promoción de vida saludable.



- **Red Nacional de Bancos de Alimentos:** canalizamos la donación de 50 toneladas anuales de productos que llegan a 200 instituciones y comedores en tiempo y forma.

- **Instituciones y organizaciones de base:** donación de productos y desarrollo de actividades de voluntariado corporativo.

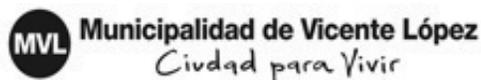


- **Sociedad Pediátrica de Tucumán:** trabajo conjunto dentro del Programa ActivaRSE, en la provincia de Tucumán, brindando apoyo en talleres sobre hábitos de vida saludable a docentes y padres.



• “Para UNICEF el sector privado es un aliado clave en su trabajo, no sólo por la posibilidad concreta de canalizar fondos para sus programas en favor de niños, familias y comunidades, sino porque también contribuye a comunicar mensajes clave sobre la infancia y, a través de programas y acciones de responsabilidad social corporativa, tiene la posibilidad de contribuir con la realización de los derechos de los niños. Pepsico es un colaborador importante de nuestro trabajo en el país. Durante todo el año implementamos diversas acciones en eventos de UNICEF e iniciativas propias de la empresa, que nos permiten tener un calendario de actividades anuales en conjunto. Esperamos seguir potenciando nuestra relación a futuro, sumando más acciones que favorezcan a los chicos y chicas que viven en la Argentina y el mundo.”

Martín Giménez Rébora  
 Responsable de Movilización de Recursos  
 UNICEF - Oficina de Argentina



# Sustentabilidad Humana

**A las personas en todo el mundo...**

Es nuestra promesa fomentar en la población una forma de vida más sana, ofreciéndole un portafolio de alimentos y bebidas deliciosos y más saludables.





# Calidad con Propósito

En PepsiCo asumimos nuestro **liderazgo en el negocio de alimentos y bebidas** como desafío para alentar los **principios básicos de una alimentación saludable**, así como para introducir los cambios necesarios para seguir innovando en los contenidos nutricionales de nuestros productos. Asimismo, buscamos proporcionar más opciones de alimentos y bebidas elaborados con ingredientes naturales que contribuyan a un consumo más saludable. En este sentido, invertimos y destinamos recursos económicos y humanos en **investigación y desarrollo**.

Como compañía trabajamos fuertemente en el desarrollo de nuestros productos. Nuestros esfuerzos están enfocados en aumentar granos enteros, frutas, vegetales, nueces y semillas en los productos de nuestro portafolio. A su vez, ya hemos trabajado con los productos de nuestro portafolio en reducción de sodio, disminución del promedio de grasas saturadas y de azúcar agregada.

En la Argentina se incorporó al portafolio **Mix Restó**, producto que contiene una **exclusiva selección de frutas secas** y se ofrece en dos variedades:

- Pistachos, Almendras, Castañas y Maní
- Almendras, Manzanas, Castañas y Maní

Adicionalmente, a partir de 2010, se incorporó **grano entero a la marca Cheetos**, lo que representa una mejora en la calidad del producto, impactando favorablemente en el consumidor y logrando una importante reducción de sodio, manteniendo el mismo sabor de siempre.

Con respecto a la elaboración de barras, utilizamos frutas secas y deshidratadas. Los granos enteros y las semillas poseen importantes cantidades de fibra alimentaria, necesaria para una digestión más lenta

y para una buena absorción de nutrientes como las grasas, los hidratos de carbono y las proteínas en el torrente sanguíneo, además de contener vitaminas y minerales.

La incorporación de **nuevas tecnologías** permitió modificar los procesos de elaboración para **mejorar el perfil nutricional del producto**, como es el caso de los **horneados**, con menor cantidad de materia grasa. Así es como en 2010 se amplió nuestro portafolio de productos con la incorporación de los siguientes horneados:

## HORNEADOS SALADOS:

- Twistos de la Huerta
- Twistos Grisines
- Twistos Tostadas

## HORNEADOS DULCES:

- Galletitas de Avena Quaker

Nuestros **productos con avena**: cereales, barras, Stila, galletas Quaker



En PepsiCo nos proponemos reducir la cantidad promedio de sodio por porción a 2015, alineados con la promesa corporativa "Desempeño con Propósito". Como parte de esto, y para apoyar nuestro compromiso corporativo, en la Argentina nos proponemos el objetivo de **reducir a 150 miligramos de sodio cada 30 gramos de producto terminado**, en un proceso que se iniciará a partir de 2012, con un alcance para todos los snacks: Lay's, Doritos, Cheetos, 3D y Pep.

Con relación al **portafolio de bebidas**, durante 2010 se apoyó fuertemente el desarrollo y la comunicación integral de la marca H2Oh!, como parte del compromiso de PepsiCo de brindar opciones de consumo con menos azúcar y menos calorías. En esta línea, H2Oh! ofrece nuevos sabores para ampliar el consumo de bebidas saludables reducidas en azúcares mientras que el portafolio de bebidas con similares características presentará nuevas marcas durante 2011.

Adicionalmente, todo el **proceso productivo** se rige por políticas claras y sólidas en términos de salud y bienestar, apuntando a **la calidad de vida de los consumidores**.

**La calidad de los productos** se garantiza mediante controles que incluyen tanto análisis sensoriales como analíticos a los efectos de cumplir con las especificaciones correspondientes. La seguridad se verifica mediante inspecciones propias a través del monitoreo de equipos para la detección de materia extraña y mediante el cumplimiento de **Buenas Prácticas de Manufactura**.

Mensualmente, como parte del programa global de calidad, se realiza un **muestreo sistemático de mercado** por el cual se controla su cumplimiento en nuestro Laboratorio Regional de Bebidas, según las especificaciones técnicas y sensoriales de nuestros productos.

En cuanto al **agua**, ingrediente clave para el proceso productivo, **se monitorea constantemente** en cumplimiento de la legislación local y de las normas de la Organización Mundial de la Salud (OMS).

Nuestras **plantas** reciben una **auditoría anual** del American Institute of Baking (AIB), quien certifica las buenas prácticas de manufactura y la seguridad alimentaria de nuestras operaciones según estándares internacionales. Adicionalmente, **todas las plantas están certificadas por el Programa de Análisis de Riesgos y Puntos Críticos de Control (HACCP)**, mediante el cual se asegura la inocuidad del producto.

Por su parte, los **distribuidores** de nuestros productos reciben **capacitación continua** sobre prácticas comerciales y sobre los productos.

En la Argentina, cumplimos con las disposiciones del Código Argentino Alimentario, del Instituto Nacional de la Alimentación (INAL), del Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA) y de las Oficinas Sanitarias Provinciales.



# Etiquetado de productos

Buscamos fomentar en la gente la toma de decisiones informadas y un estilo de vida más saludable.



Procedimiento de etiquetado

Creemos que el etiquetado de los productos valida nuestro **compromiso con la calidad, seguridad e integridad** que ofrecen nuestras marcas.

En PepsiCo hemos liderado el proceso de etiquetado en la industria de manera tal que los consumidores puedan encontrar **información clara, precisa y útil**, que facilite la elección consciente y responsable. Es así como **todos los envases contienen información nutricional** con contenido de calorías, carbohidratos, grasas, fibra alimentaria, proteínas y demás nutrientes.

Asimismo, se incluye una **línea telefónica gratuita, Servicio de Atención al Consumidor (SAC)**, para que clientes y consumidores puedan realizar consultas, sugerencias y reclamos. En 2010, se recibieron **11.522 llamadas** que fueron registradas y clasificadas para su posterior evaluación y tratamiento correspondiente.

# Marketing, Publicidad y Comunicación Responsable

Como líderes internacionales de la industria tenemos el deber de **actuar responsablemente en nuestras prácticas y acciones de marketing, publicidad y comunicación** ya que diariamente intervenimos en la calidad de vida de millones de consumidores.

**Hemos modificado nuestros planes de comunicación, reduciendo la pauta publicitaria en actividades e iniciativas culturales cuya audiencia y destinatarios sean el público infantil menor de 12 años. Concretamente, nuestra inversión publicitaria en señales infantiles pasó de \$185.000 en 2009 a \$26.000 en 2010 y \$0 en 2011.**



Programa ActivaRSE Quaker

Asimismo, contamos con **estrictos criterios y procesos de selección en cuanto a las diferentes alternativas de publicidad y comunicación** a la hora de transmitir nuestros mensajes publicitarios y valores corporativos, esforzándonos por evitar contextos que promuevan la violencia o comportamientos ofensivos para la sociedad.



# Campañas de Marketing con Causa Social

Buscamos crear **conciencia sobre temas de relevancia social o ambiental**, a partir de la convocatoria y alcance de nuestras marcas, a través de acciones concretas donde podamos **demostrar nuestro compromiso y compartir nuestros valores y principios**.

## Padrino Saludable Quaker



Campaña en colegios de Ciudad de Buenos Aires y zona norte de la Provincia de Buenos Aires, con el objetivo de **promocionar la conveniencia de consumir**

**productos saludables.**

Cada colegio participante recibe un six pack de galletas de avena Quaker por cada alumno y una entrega equivalente para ser donada a otra institución que quiera apadrinar.

**Impacto:**

- › 365 colegios participantes y 365 instituciones apadrinadas
- › 700.000 familias probaron las galletas Quaker



## A favor de Todos Gatorade, Reciclado PET en Carreras

Iniciativa en alianza con **Fundación Reciduca**, con el objetivo de **generar conciencia en los corredores respecto de la disposición de botellas PET**. Se armó un sistema especial de piletas en lugares estratégicos para que los corredores dejen los envases, los que fueron trasladados a una planta de reciclado. La empresa recicladora le pagó a Fundación Reciduca el equivalente por peso de plástico recibido. Por su parte, la Fundación invierte lo recaudado en la terminalidad escolar de jóvenes en riesgo y en su inserción laboral, y en programas de educación ambiental.

**Impacto:**

- › Se recicló el PET de las 8 principales carreras del año, sumando 2.251 kg de PET reciclados



Reciclado Gatorade





PepsiCo junto a Unicef en Pepsi Music y Un Sol para los Chicos

### ActivaRSE Quaker

Programa en instituciones educativas, dirigido a niños de 6 a 12 años, con el objetivo de **promover hábitos alimentarios saludables** a través de acciones educativas sobre la correcta elección y manejo seguro de los alimentos, y la incorporación de actividad física como parte del estilo de vida.

**Impacto:**

- > 44 escuelas
- > 399 docentes
- > 11.206 alumnos

### Pepsi en el Día de la Tierra

PepsiCo, a través de Pepsi, apoya el Día de la Tierra, evento que **promociona la cultura de la sustentabilidad y el uso responsable de los recursos naturales** para luchar contra el cambio climático global. Su objetivo es generar conciencia a través del entretenimiento con recitales en vivo, talleres educativos, eco-conferencias y actividades recreativas.

### PepsiCo junto a Unicef

La compañía a apoya los programas de Unicef participando en **Un Sol para los Chicos**, con **Lay's, Quaker, Doritos y Pepsi**, y en el **Festival Pepsi Music**, a través de acciones con las marcas **3D y Pepsi**. La donación de PepsiCo fue de **\$150.000 y \$70.000**, respectivamente.

En **Un Sol para los Chicos**, desde la cocina, se elaboraron **budines con avena Quaker y salsas para dip con Doritos**, los que fueron ofrecidos a los automóviles que pasaban por la **Rampa de donaciones "Pepsi y Lay's"**, en la que se recibieron **800 cupones de donación**.

En el **Festival Pepsi Music**, el público se sumó a la causa sacándose una foto 3D en una carpa instalada especialmente dentro del predio del festival. Las imágenes podían verse con lentes especiales para 3D dentro de la carpa mientras que se proyectaban en pantallas gigantes en el predio. **PepsiCo donó \$5 por cada foto**. Participaron **4.650 personas** y se sacaron **2.190 fotos**.



# Investigación “Porciones Controladas”

En un trabajo conjunto entre **PepsiCo**, la **Sociedad Argentina de Nutrición** y la **Universidad Maimónides**, se investigó sobre los **hábitos de alimentación de los argentinos**. Este trabajo evidencia el compromiso y la responsabilidad asumida entre sectores como la industria alimentaria, la sociedad científica y la universidad, a efectos de obtener datos locales que permitan **desarrollar herramientas de trabajo contra la obesidad y las enfermedades crónicas no transmisibles desde la infancia**.

Los resultados se presentaron en las **X Jornadas Argentinas de Nutrición “Globalización: la nueva cultura alimentaria y su impacto en la salud”**, que se llevaron a cabo en la **Universidad Católica Argentina, sede Rosario**, durante el **“Simposio PepsiCo”**, en agosto de 2010.

La investigación se fundamentó sobre un estudio actitudinal realizado a una muestra de 400 encuestados pertenecientes a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y Provincia de Buenos Aires (1° y 2° cordón). Asimismo, el trabajo fue coordinado, procesado y analizado por profesionales en el área de la investigación e implementado en campo por estudiantes y profesionales del área de nutrición, previamente entrenados para esta actividad.

El contexto por el cual se decidió investigar en este ámbito se basa en la alta prevalencia de sobrepeso y obesidad que se evidencia en la población argentina y el beneficio que podrían brindar en materia de alimentación las porciones reducidas de alimentos envasados. Por esta razón, **la propuesta de**

**investigación se desarrolló sobre la temática “Porciones Controladas”.**

Datos relevantes sobre el consumo de algunos alimentos envasados:

- El 92% consume galletitas, el 54% snacks y el 31% tostadas.
- El consumidor prioriza tamaños medianos y grandes en la elección de paquetes.
- Sólo el 7% elige el tamaño chico para controlar la cantidad de alimentos y la ingesta calórica.
- Existe una distorsión en el tamaño de la porción, al interpretar como medianos paquetes de mayor tamaño.

FUENTE: ESTUDIO “PORCIONES CONTROLADAS”

PUBLICADO EN LA REVISTA CIENTÍFICA DE LA SOCIEDAD ARGENTINA DE NUTRICIÓN EN JUNIO 2011. ESTUDIO REALIZADO DEL 14 AL 23 DE JULIO 2010, EN CABA Y GBA.

# Gatorade y la Sustentabilidad Humana



Gatorade es una bebida deportiva, con un nivel indicado de sales minerales y carbohidratos, que permite la recuperación de energía. Como valor agregado,

debido a su proceso de llenado en caliente, no contiene conservantes.

El **Instituto Gatorade de Ciencias del Deporte (GSSI)**, creado en 1988 y ubicado en Barrington, Illinois, es una entidad dedicada a la **investigación y educación** con el objetivo de compartir información actualizada y expandir el conocimiento en nutrición deportiva y ciencias del ejercicio para llevar al máximo el rendimiento y bienestar de los atletas.



Gatorade apoyando maratones

Los científicos del GSSI estudian los efectos del ejercicio, el ambiente y la nutrición en el cuerpo humano utilizando lo último en tecnología y equipamiento científico. Además de nuestros propios



Gatorade apoyando maratones

laboratorios de fisiología del ejercicio, bioquímica, rendimiento y evaluación sensorial durante el ejercicio, el GSSI también trabaja con científicos líderes de otras universidades del mundo para promover la investigación en ciencias del ejercicio y nutrición deportiva.

Asimismo, el Instituto cuenta con varios consejos asesores formados por científicos y profesionales que dan asesoría e información sobre temas de investigación relevantes para la misión del GSSI y dirigen los esfuerzos educativos futuros.

## GATORADE Y LA ACTIVIDAD FÍSICA

Bajo el concepto **“Conocé lo que perdés al realizar actividad física y cómo recuperarlo”**, Gatorade realizó el evento **“Sweat Test” (test de transpiración)**, el 15 y 16 de julio de 2010, en el gimnasio Megatlón, sede Núñez.

El **“Sweat Test”** es un estudio de sudoración que permite manejar la variable hidratación cuantitativa y cualitativamente durante el ejercicio. El test provee información sobre los factores que ayudan a mantener un nivel adecuado de hidratación, mejorando el

rendimiento físico y mental. A partir de él, se pueden desarrollar estrategias efectivas de hidratación, ya que se identifican las características individuales de sudoración y pérdida de sales minerales.

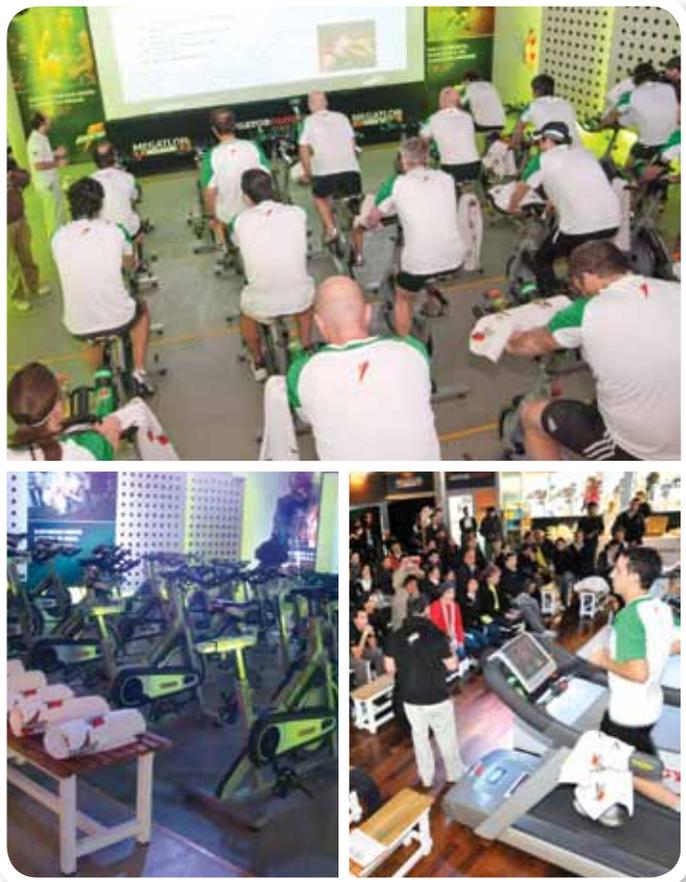
**En éste Gatorade realiza** una explicación científica clara y educativa, que ayuda a reconocer la importancia de la variable hidratación en nuestro cuerpo durante el esfuerzo. Este evento tuvo como orador a uno de los deportistas más trascendentes del deporte argentino: Emanuel Ginóbili.

En el evento participaron **40 periodistas y 120 profesores de educación física**, quienes pudieron comprobar las cualidades diferenciales del producto y su respuesta efectiva a las necesidades reales de los atletas en rehidratación deportiva de alto rendimiento.

**EVENTOS EN LOS QUE PARTICIPÓ GATORADE EN 2010 EN ARGENTINA**

<b>Cantidad de eventos:</b>	316
<b>Cantidad de hidratados:</b>	361.833
<b>Producto utilizado, packs Gatorade Pet x 500 ml:</b>	43.268
<b>Bolsas de Polvo Gatorade:</b>	705 (1 bolsa rinde 29 litros)
<b>Reciclado:</b>	2.251.320 Grs.

FUENTE: FUNDACIÓN RECIDUCA.



Evento Gatorade

	<b>Evento</b>	<b>Fecha</b>	<b>Peso reciclado en Grs.</b>
1	“THE HUMAN RACE 2009”	24/10/2009	410.000
2	5 km “LA CARRERA DE LA MUJER”	07/03/2010	240.000
3	LA CARRERA DE MIGUEL 2010	21/03/2010	280.000
4	6 Km RUN FOR WATER	18/04/2010	210.000
5	ACCENTURE 2010	15/05/2010	310.000
6	FIESTAS MAYAS	25/05/2010	470.000
7	MEDIA MARATÓN	30/05/2010	330/00
8	NIKE 10 KM WE RUN BS AS	13/11/2010	1.320
<b>TOTAL</b>			<b>2.251.320</b>

FUENTE: FUNDACIÓN RECIDUCA.



# Proveedores

La relación con nuestros proveedores parte de un compromiso legal contenido en la **Política de Compras** que establece los lineamientos y controles necesarios para **garantizar el proceso de abastecimiento de todos los bienes, servicios y materiales directos** requeridos por la empresa, de la manera más eficiente, económica y transparente. Para esto se evalúa la mejor oferta disponible en el mercado, considerando precios, formas de pago, costos de transportación, tiempos de entrega, calidad y cumplimiento, seleccionándose proveedores únicos o exclusivos según las necesidades y estrategias de la empresa. Finalmente, el acuerdo se formaliza mediante un contrato o una carta oferta en la que quedan especificadas las condiciones que regulan la relación comercial.



Asimismo, en PepsiCo **nos aseguramos de que nuestra red de abastecimiento comprenda su rol en el respeto por las personas, el medioambiente y las comunidades en las que actúan.** Es por ello que compartimos nuestro **Código de Conducta** con lineamientos sobre relaciones laborales, salud y seguridad de los empleados, integridad en los negocios e impacto ambiental, de manera que nuestros proveedores gestionen sus actividades comerciales

con responsabilidad, integridad, honestidad y transparencia, según las siguientes normas:



Taller de Sustentabilidad para Proveedores

1. Cumplir todas las leyes y reglamentos aplicables de los países en los que operamos
2. Competir de manera justa en los negocios, sin pagar sobornos, propinas o dar algo de valor para garantizar una ventaja indebida
3. Incentivar una fuerza de trabajo diversificada y proporcionar un ambiente de trabajo sin discriminación, acoso o cualquier forma de abuso
4. Tratar a los empleados de manera justa y honesta, incluyendo sueldos, horas de trabajo y beneficios
5. Respetar los derechos humanos y prohibir todas las formas de trabajo forzado u obligatorio
6. Garantizar que el trabajo infantil no sea utilizado en ninguna operación
7. Respetar el derecho de asociación de los empleados, de acuerdo con las leyes locales

- 8. Proporcionar condiciones de trabajo seguras y humanas para todos los empleados
- 9. Conducir operaciones ambientalmente responsables y acatar todas las leyes y reglamentos ambientales aplicables
- 10. Mantener registros y libros de finanzas de acuerdo con todos los requisitos legales, reglamentarios y fiscales aplicables y prácticas de contabilidad aceptadas



Taller de Sustentabilidad para Proveedores

- 11. Entregar productos y servicios de acuerdo con las normas de calidad y seguridad aplicables
- 12. Apoyar la aceptación de este Código al establecer los procesos de gestión apropiados y cooperar con procesos de evaluación razonables exigidos por PepsiCo
- 13. Observar las políticas de PepsiCo en relación a obsequios y entretenimiento, conflictos de interés al relacionarse con los empleados de PepsiCo

**Los proveedores** son auditados anualmente mediante un **sistema de evaluación de prácticas** de negocios llamado **“Programa Speed”**.

Los proveedores nuevos acceden a una autoevaluación con una posterior revisión presencial de la misma, mientras que los proveedores certificados reciben una auditoría de seguimiento en la que se valida el sistema de calidad y seguridad de los productos, se revisan los planes de desarrollo y la implementación de mejores prácticas. Una vez completada la auditoría, cada proveedor recibe un informe con observaciones y puntos de mejora que deberán ser planificados e implementados antes de la auditoría siguiente.

Adicionalmente, tienen acceso a un **sitio web** creado especialmente para ellos donde, al registrarse, deben responder un cuestionario sobre sustentabilidad. En el mismo sitio tienen disponible el **Código de Conducta de la Compañía, al que 140 proveedores ya han adherido.**

### Taller de Sustentabilidad para Proveedores

**En 2010, 56 proveedores, que representan el 34% del total de las compras de Argentina, participaron de un taller sobre sustentabilidad ambiental,** que abordó los siguientes temas: Conceptos, Desafíos PepsiCo, Visión PepsiCo, Agenda ambiental, Tendencias Ambientales, EMS-Sistema de gestión Ambiental, Ventajas, Papel de EMS, Bosquejos EMS, Estrategias de implementación, RECON y Estrategias de Sustentabilidad.

# Compras Inklusivas

A partir de 2009, el Programa FortaleSER, que promueve el desarrollo de microemprendimientos en comunidades vulnerables, nos permitió conocer potenciales proveedores de productos y servicios, los que han sido gradualmente incorporados a nuestra cadena de valor en alianza con la Red Activos de la Asociación Civil La Usina.

Algunos ejemplos de **compras inclusivas**: Roscas de Pascua, Pan Dulce, Juguetes para el Día del Niño, Catering para Eventos corporativos, Cajas de Navidad y Uniformes para cocineros.

**Total de Compras Inklusivas a Diciembre 2010: \$ 138.223.**



Cajas Navideñas por Red Activos

## INDICADORES PROVEEDORES 2010

Proveedores activos:	2.621
Total pagado por bienes, materiales y servicios adquiridos:	US\$ 52 MM
Porcentaje de proveedores locales:	70%

FUENTE: ORACLE

# Cientes

## CANALES DE DISTRIBUCIÓN

En PepsiCo, nuestros productos son distribuidos en forma directa e indirecta llegando a los consumidores a través de distintos canales de ventas: kioscos, almacenes, autoservicios, cadenas de hipermercados, supermercados y mayoristas, petroleras, bares, confiterías, restaurantes y cadenas de fast-food y entretenimiento.

Durante 2010 PepsiCo ha realizado **actividades de relacionamiento** con sus clientes, estando presente en importantes eventos destinados al negocio:

**FABA:** Cierre de año de la Federación de Almaceneros, a la que asistieron aproximadamente 300 personas de todo el país.

**8vo Encuentro Nacional de Retailer:** Evento anual en el que se reúnen los proveedores más importantes del supermercadismo de todo el país.

**Exposición de Golosinas, Galletitas y Artículos varios para el Kiosco "El Mundo de las Golosinas":** Encuentro anual en el que se exponen todas las marcas de golosinas y alimentos.



Exhibición productos



Sampling producto

**VI Exposición de Supermercadismo y Autoservicios de Proximidad Chino de la República Argentina** (con jornadas paralelas): Se realizaron degustaciones de Quaker y un juego con las marcas del Portafolio.  
**9no Salón Internacional de Alimentos y Bebidas del Mercosur-Sial Mercosur.**

**INDICADORES CLIENTES 2010**

Super e hipermercados:	1.800
Mayoristas:	960
Autoservicios:	14.000
Tradicionales:	90.000
Kioscos:	70.000
<b>Total:</b>	<b>176.760</b>

FUENTE: NIELSEN



Góndola Bebidas

# Sustentabilidad Ambiental

**Al planeta que todos compartimos..**

Nuestra promesa es ser un buen ciudadano del mundo al proteger los recursos naturales de nuestro planeta a través de la innovación y el uso más eficiente de la tierra, la energía, el agua y los materiales de empaque durante nuestras operaciones.



# Política Ambiental

En PepsiCo estamos comprometidos con la preservación del medio ambiente al buscar **equilibrio en el desarrollo sustentable** a través de la administración responsable de los recursos naturales. Nuestra filosofía de Desempeño con Propósito en cuestiones medioambientales se manifiesta en los siguientes **principios rectores**:



Programa de reciclado en nuestras plantas

- Identificar y evaluar los impactos ambientales en todo el proceso de la operación además de cumplir con los requerimientos y normativa legal aplicable y los estándares corporativos.
- Considerar y medir los impactos ambientales de nuestra operación en el proceso diario de toma de decisiones de nuestro negocio.
- Buscar una gestión integral de residuos que nos permita minimizar su generación, fomentando el reciclado y/o reutilización de los mismos.
- Privilegiar una conducta proactiva por sobre medidas correctivas a los efectos de prevenir y evitar la contaminación.
- Trabajar en conjunto con organismos de la

industria, gobiernos, ONGs, socios comerciales y otras organizaciones para promover el cuidado del medio ambiente, ampliar los conocimientos y comunicar y compartir las mejores prácticas.

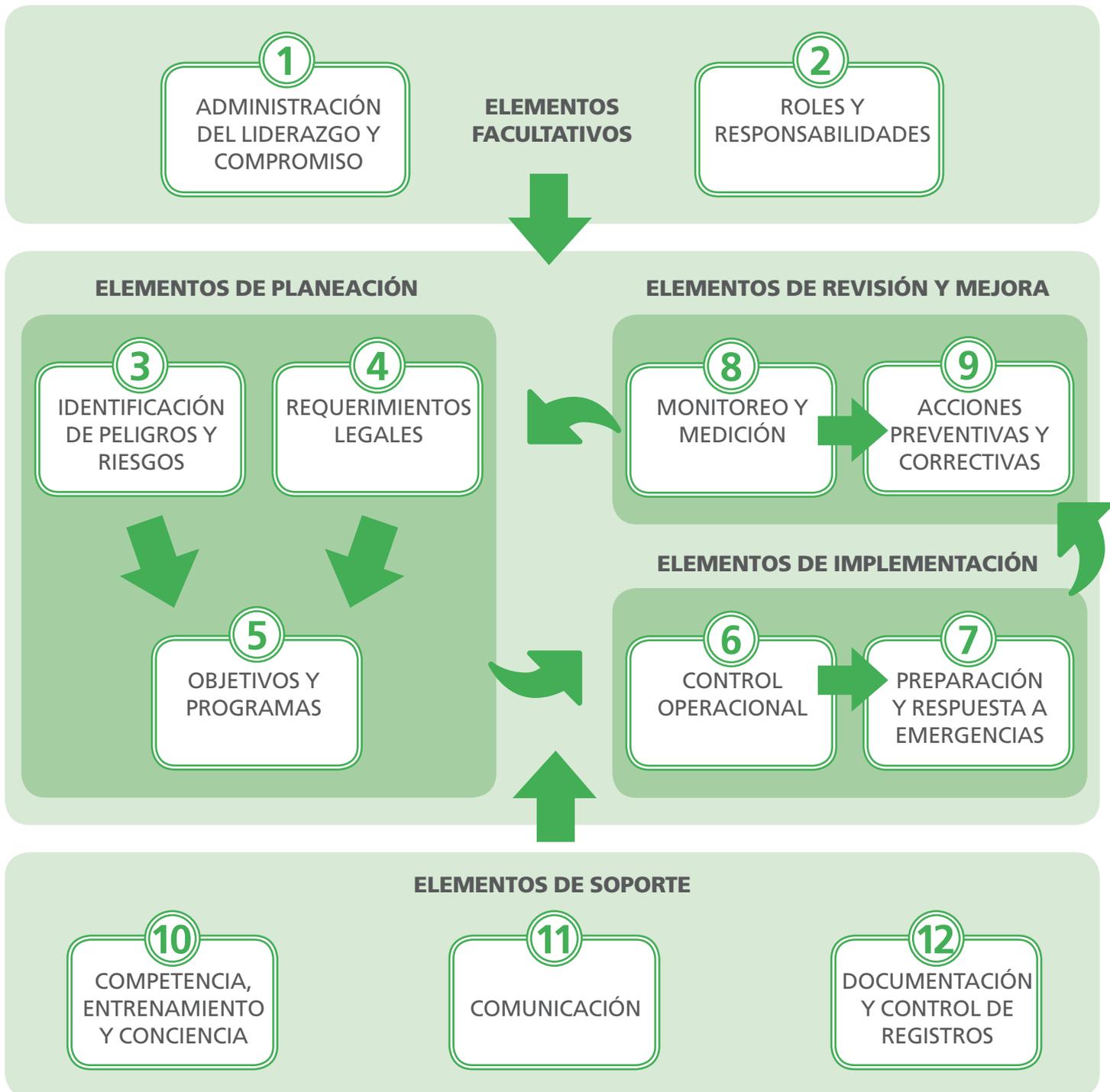
- Medir, evaluar y revisar nuestras metas y objetivos para mejorar nuestro desempeño ambiental a partir de indicadores ambientales adecuados.
- Mejorar continuamente la eficiencia en el uso y administración de los recursos naturales. Promover la sustitución de fuentes de energía a base de combustibles fósiles por energía de fuentes renovables así como el uso responsable y eficiente de los recursos hídricos.
- Promover en nuestros clientes y proveedores políticas ambientales consistentes y alineadas con la nuestra.
- Propiciar un cambio cultural en la organización a partir de mejores prácticas ambientales.
- Concientizar sobre el uso del agua promoviendo su reutilización a partir de tecnologías adecuadas y con compromiso social.
- Revisar periódicamente nuestra política ambiental.

## Estrategias con Propósito

Nuestras metas apuntan a minimizar impactos ambientales y a mejorar la salud y seguridad de los empleados en todas nuestras operaciones y procesos. Al mismo tiempo compartimos estas políticas, herramientas y mejores prácticas con nuestros socios embotelladores.

Trabajamos sobre **cuatro ejes fundamentales** que sostienen la base de nuestro sistema de gestión, teniendo como lema principal que la Calidad, el Medio Ambiente y la Seguridad y Salud Ocupacional son cuestiones **NO NEGOCIABLES** que se gestionan integralmente con la participación activa de los Directores, Gerentes y Jefes.

# Modelo de gestión



## EJES ESTRATÉGICOS MEDIOAMBIENTALES

- ➔ Cumplimiento Legal
- ➔ Manejo y Administración de Riesgos
- ➔ Sistemas Integrados de Gestión
- ➔ Componente de Comportamiento

Todas nuestras plantas propias operan bajo las normas:

**OSHASS 18001, Salud y Seguridad Ocupacional**  
**ISO 14000, Medio Ambiente FSSC (Food Safety Standard Certification) Calidad y Seguridad Alimentaria.**

Las prácticas que garantizan operaciones seguras y cuidado del medio ambiente también se aplican en las **áreas comerciales.**

En las **sucursales de ventas** se implementan los siguientes programas:

- Manejo defensivo
- Manejo seguro de autoelevadores
- Gestión de residuos
- Prácticas de almacenamiento seguro
- Ergonomía

Tanto nuestra **Política Ambiental** como nuestro **Modelo de Gestión** alcanzan a las **empresas contratistas**, quienes sólo son habilitadas en sus operaciones una vez completados los entrenamientos específicos en seguridad. A su vez, la **"Norma Control de Contratistas"** asegura que la documentación de todos los que ingresan a las plantas esté en regla.



Proceso de elaboración

# Prácticas con Propósito

Nuestras metas apuntan a minimizar impactos ambientales y a mejorar la salud y seguridad de los empleados. Nuestra política y compromiso ambiental implican prácticas con metas claras y oportunidades ciertas de mejora continua.

**AGUA:** como parte de nuestro compromiso corporativo de reducción de agua, buscamos mejorar nuestra eficiencia en el uso del agua por unidad de producción para el año 2015.

Se está trabajando en reducir el consumo a partir de medidas que permitan un uso racional y eficiente de este recurso: sistemas de recirculación, reutilización y uso adecuado del agua, disminución de fugas.

**Meta 2011: disminuir un 2% el consumo**

**ENERGÍA:** en nuestras plantas hemos incorporado la generación de biodiesel a partir de aceite residual fuera de especificación.

**Meta 2011: reducir un 3% el consumo**

## Programa Recon, Resource Conservation

Programa Corporativo que apunta al uso eficiente del agua, de la electricidad y del gas en todas las operaciones de PepsiCo. Objetivos principales:

- » Conservar los recursos naturales y hacer un uso eficiente de los mismos
- » Promover el uso de combustibles renovables

### ACCIONES IMPLEMENTADAS EN 2010:

- Uso de "Light Pipes" en las naves de producción en las plantas de Mar del Plata y Florida: **50% de ahorro de energía eléctrica para iluminación.**

- Implementación de “Booster Heater” en los intercambiadores de calor en planta Florida: **7% de reducción en el consumo de gas.**

**EMISIONES:** el **Programa Sello Verde** se aplica a la flota de distribución con el objetivo de verificar el estado de mantenimiento de los vehículos y controlar sus emanaciones gaseosas.

En el **Área de Operaciones** se adecuaron los conductos para minimizar las emisiones a la atmósfera.

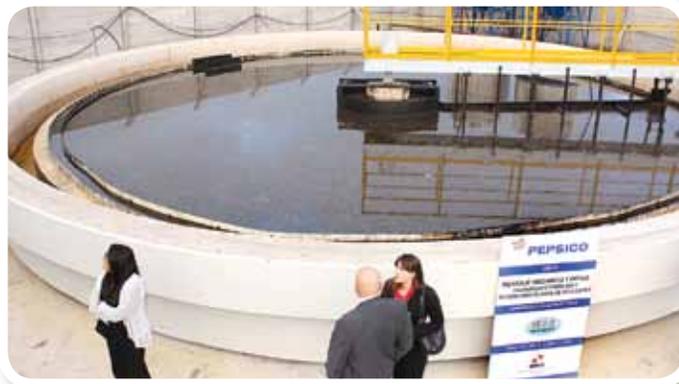
## Programa de control de emisión de Co<sub>2</sub> en la flota, “Sello Verde”



- Optimizar la eficiencia de los vehículos de transporte de productos PepsiCo y de los vehículos de terceros, a partir del control y monitoreo de las emisiones
- Promover el mantenimiento preventivo
- Auditorías bianuales para el control de las emisiones de partículas
- Conductores de vehículos y vendedores reciben entrenamiento y un libro con directrices sobre el cuidado del vehículo y conducción defensiva
- Los vehículos que reciben el Sello Verde registran emisiones que causan mínimo impacto ambiental

**PACKAGING:** diseñamos y desarrollamos sistemas de embalaje que sean ambientalmente amigables a lo largo de todo su ciclo de vida y que ofrezcan seguridad y conveniencia a los consumidores a través de la innovación.

Nuestras reducciones en materia de envases y envoltorios progresaron notoriamente en los últimos dos años. Actualmente, estamos trabajando en tapas cortas y reducción del peso de nuestras botellas de PET.



Planta de tratamiento efluentes, Mar del Plata



Línea de producción

**MANEJO Y DISPOSICIÓN DE RESIDUOS:** utilizamos los criterios de desarrollo sustentable, productos biodegradables y aplicamos la metodología 4 Rs (Reducir, Reutilizar, Reciclar, Recuperar) con el objetivo de maximizar las oportunidades de cada residuo y facilitar su correcta segregación. El programa de manejo de desechos apunta a ampliar el ciclo de vida de los productos y a eliminar los productos peligrosos, como PVC, asbestos, CFC y tolueno, de nuestras operaciones.

## Plan de emergencia ambiental

El plan de crisis establece la responsabilidad y accionar de cada área ante una crisis o emergencia específica. Incluye un plan de acción para emergencias

ambientales o desde el punto de vista de seguridad o mediática. Se revisa anualmente y se comunica a todos los empleados por medio de las carteleras de planta y a través de todos los medios de difusión de la Compañía.

**SEMANA ARGENTINA DE LA SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO:** actividad para empleados y familiares, de divulgación científico-técnica destinada a la prevención de los riesgos profesionales y a la promoción de la salud y seguridad en el trabajo y en el hogar, con jornadas de debate y reflexión.



Brigada de Emergencias PepsiCo

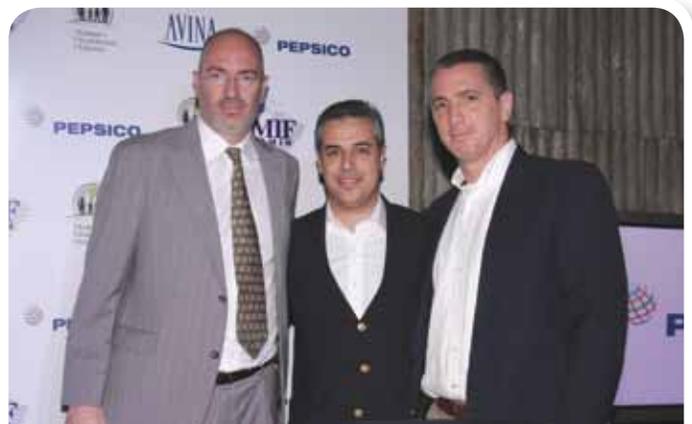
**BRIGADA DE EMERGENCIAS:** entrenamiento teórico-práctico, los terceros miércoles de cada mes, con los siguientes temas:

- Tecnología del fuego (teórico)
- Práctica de líneas de ataque y rescate de víctimas (práctico)
- Trabajo en equipo y roles de brigadista (teórico)
- Respiración cardiopulmonar (teórico-práctico)
- Rescate en altura (práctico)
- Incendios tipo k (hornos y freidores) (teórico-práctico)
- Práctica en campo (General Rodríguez)
- Simulacro de evacuación y situaciones de emergencia

## Trabajando con nuestras comunidades

### DESCUBRIENDO RIQUEZA EN LOS RESIDUOS

En América Latina, PepsiCo trabaja con recicladores de base y sus asociaciones para desarrollar programas sostenibles de reciclado, que ayudan a eliminar la basura, cuidar del medio ambiente y mejorar la calidad de vida de los recicladores de base, así como ayudar a desarrollar mercados locales para el reciclaje.



Lanzamiento del Programa Inclusión Socioeconómica de los recolectores urbanos

En **Argentina**, junto con **Fundación Avina**, el **Banco Interamericano de Desarrollo** y otros **socios**, trabajamos en el programa **“Inclusión socioeconómica de los recolectores de materiales reciclables”**, con el objetivo de contribuir a desarrollar un mercado inclusivo a partir del reciclaje de residuos sólidos. La iniciativa también busca mejorar la inclusión económica, social y cívica de los recicladores informales, fortaleciendo a sus organizaciones y sus procesos productivos en alianza con grandes empresas y autoridades locales, en **Buenos Aires, Córdoba y Paraná**. El proyecto se inició en Septiembre de 2010 y su implementación llevará tres años.

## ECO-RETO



En el 2009, PepsiCo formó una alianza con el **Young Americas Business Trust**, perteneciente a la Organización de Estados Americanos. Esta entidad, que trabaja para promover la innovación en la juventud, organiza anualmente el **Concurso de Talento e Innovación de las Américas – TICAMERICAS**. PepsiCo y el Young Americas Business Trust desarrollaron e implementaron el **desafío Eco-Reto de PepsiCo**, una **competencia regional para jóvenes con el desafío de crear soluciones de negocio innovadoras a problemas ambientales**.

## Programa de agro

Se han llevado a cabo **dos fases**, alcanzando a más de **5 millones de personas en la región**, con más de **800 equipos** registrados y **cuatro ganadores**. **Uno de los equipos finalistas surgió de Argentina**.

PepsiCo invierte fuertemente en **la implementación de prácticas de agricultura más eficientes que nos permitan minimizar nuestro impacto en la tierra y en el agua**. Al mismo tiempo, nos asociamos con agricultores e instituciones locales para compartir las mejores prácticas de agricultura sustentable y encontrar la manera de elaborar nuestros productos de la forma más responsable posible para con las comunidades en las que operamos.



Plantación de papas

Asimismo, y como una empresa con un vínculo fuerte y cercano con el campo, tenemos una amplia base de conocimiento en temas relacionados con la agricultura. Por ello, desarrollamos continuamente esquemas que nos permitan compartir y transferir tecnología a los agricultores que forman parte de nuestra cadena de valor.



### NUESTRO PROGRAMA AGRÍCOLA COMENZÓ EN 2004 CON LAS SIGUIENTES ETAPAS:

1. Selección de los productores. El trabajo se basó en crear un espíritu de transformación, donde cada uno de ellos se convierta en un empresario agrícola, para dejar de ser un productor de papas.
2. Capacitación e incorporación de tecnologías y maquinarias de punta.
3. Búsqueda de mejores prácticas. Año tras año, se realizaron viajes al exterior buscando nuevas técnicas y visitando otras operaciones agrícolas de PepsiCo.
4. Replicabilidad. Este programa lo proyectamos y ejecutamos en común con nuestros productores de Chile.

Como resultado, hoy **contamos con un grupo agrícola de nueve productores** que cuentan con los medios para afrontar cualquier desafío.

Por segundo año consecutivo, **estos productores recibieron la certificación Global Gap en papas**, norma europea que permite el ingreso de mercadería agrícola a la Comunidad Europea.

Asimismo, iniciamos el proceso de certificación bajo la norma **Rain Forest**, orientada hacia la sustentabilidad ambiental, la relación con el medio ambiente y la responsabilidad social de cada empresa con su entorno y sus empleados. Este desafío **fue superado por cuatro de las seis empresas auditadas**, las que recibieron la certificación Rain Forest.

PepsiCo también ha realizado el **primer relevamiento sobre la huella de carbono en la producción de papas en Argentina**, cuyos resultados están en procesamiento.

# Indicadores mediambientales

## CONSUMO DE AGUA

Litros por kilogramo

**MDP:** Obj planta: 13,8 - **2010:** 15,9

**Florida:** Obj planta: 11,8 - **2010:** 15,7

## CONSUMO DE ENERGÍA

En kWh

**MDP:** Obj planta: 2,81kWh - **Valor 2010:** 3,49

**Florida:** Obj 1,92 - **Valor 2010:** 2,1

## GENERACIÓN DE RESIDUOS SÓLIDOS

Expresado en kilo de residuo por tonelada  
producida

**La Rioja:** Obj 23 - **Valor 2010:** 23

**Barracas:** Obj 58,6 - **Valor 2010:** 12,7

**MDP:** Obj: 289,7 - **Valor 2010:** 214,5

**Florida:** Obj: 243,5 - **Valor 2010:** 240

## % DE RESIDUO SÓLIDO RECICLADO

**LR:** 44,2% - **Valor 2010:** 26,9

**Barracas:** 48,3 - **Valor 2010:** 57,5

**MDP:** 43,9 - **Valor 2010:** 33

**Florida:** 10,8 - **Valor 2010:** 15,3

## DEMANDA BIOQUÍMICA DE OXÍGENO (DBO):

**Florida:** Límite legal: 50 - **Valor 2010 y Std de PepsiCo:** 50

**MDP:** Límite legal 200 - **Valor 2010 y Std de PepsiCo:** 84 (Leg, verde y Std PI)

## DESEMPEÑO DE SEGURIDAD Y SALUD

**LTIR - LOST TIME INGERY RATE**

**Para Occupational:** Obj 1,14 - **Cierre 2010:** 1,43

**Para Commuting:** Obj 0,45 - **Cierre 2010:** 0,22

**ISR - INGERY SEVERITY RATE**

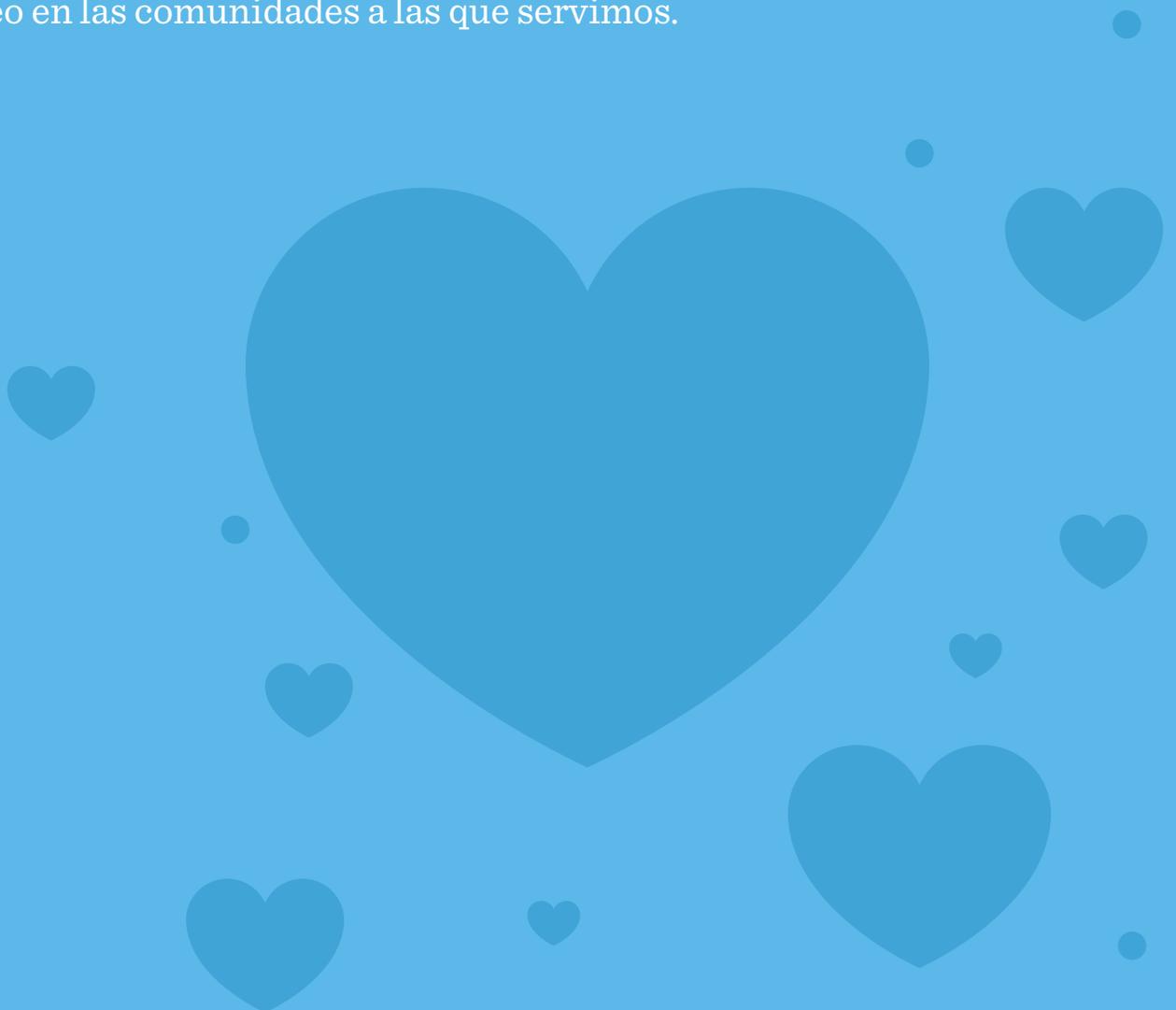
**Para Occupational:** Obj 30,2 - **Cierre 2010:** 16,3

**Para Commuting:** Obj 7,27 - **Cierre 2010:** 1,95

# Sustentabilidad de Talentos

**A los empleados de PepsiCo...**

Es nuestra promesa invertir en nuestros empleados para ayudarles a tener éxito y a desarrollar las habilidades necesarias para impulsar el crecimiento de la compañía, a la vez que creamos oportunidades de empleo en las comunidades a las que servimos.



# Gestión con Propósito

Nuestra promesa es ofrecer a nuestros colaboradores un entorno laboral atractivo y estimulante para que se desarrollen como **líderes responsables y protagonistas** del crecimiento de nuestra compañía, de su propio crecimiento personal y del progreso de la comunidad.

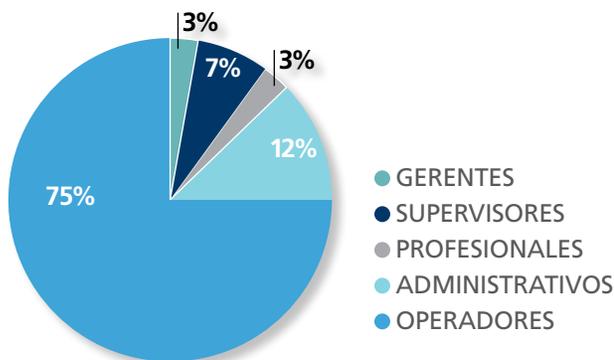
Nuestra compañía es reconocida como una **empresa academia** para el crecimiento de las personas y el desarrollo de líderes de negocios. Asimismo, estamos comprometidos con la construcción de un entorno laboral para que nuestros empleados logren una mejor calidad de vida y se sientan reconocidos y apreciados.

Las prácticas que nos posicionan **como un destino atractivo para trabajar** se agrupan bajo **cuatro ejes**:

- ➔ **Compensaciones y beneficios**
- ➔ **Desarrollo de carrera**
- ➔ **Clima laboral**
- ➔ **Seguridad y salud**

Nuestra dotación está integrada por **1.696 personas** bajo **contrato permanente**.

## DESGLOSE DE EMPLEADOS POR NIVEL JERÁRQUICO



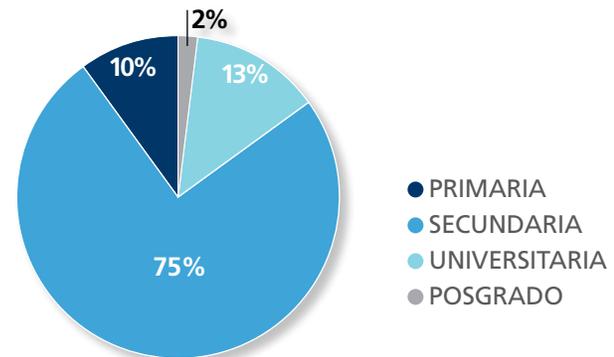
Los siguientes datos y gráficos ilustran algunas características de nuestro plantel:

## ➔ **Compensaciones y beneficios**

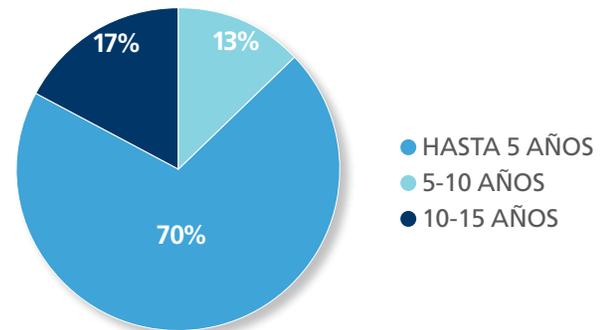
Como parte de nuestros esfuerzos para captar y retener a los mejores talentos, contamos con una política de compensaciones que apunta a lograr un **esquema de remuneraciones y beneficios competitivo, equitativo, orientado a resultados y acorde a cada puesto**.

Los salarios se estructuran de acuerdo a criterios

## DESGLOSE DE EMPLEADOS SEGÚN NIVEL EDUCATIVO



## ANTIGÜEDAD DE LA DOTACIÓN



## DATOS ADICIONALES

<b>Nuevos puestos de trabajo:</b>	<b>424</b>
<b>Desvinculaciones:</b>	<b>141</b>
<b>Tasa de rotación:</b>	<b>8,57%</b>

FUENTE: GERENCIA DE RECURSOS HUMANOS



corporativos, los cuales contemplan los niveles organizacionales y el grado de responsabilidad de cada puesto.

Adicionalmente, ofrecemos un conjunto de beneficios, agrupados en tres categorías:

- **Prevención:** seguro de vida adicional
- **Salud:** programas integrales de salud, que incluyen chequeo médico anual, promoción de la actividad física y medicina prepaga para todo el personal
- **Apoyo:** servicio de comedor y transporte gratuito para todo el personal.

## ➤ Desarrollo de carrera

El corazón de PepsiCo es nuestra gente, en quienes **invertimos tiempo y recursos para su capacitación** con el objetivo de facilitarles el desarrollo de sus habilidades y apuntalar su crecimiento dentro de la compañía.

La carrera en PepsiCo consiste en una sucesión de experiencias enriquecedoras a lo largo de varios años, sobre la que se basa la consistencia de los resultados del desempeño de cada colaborador; requiere del continuo fortalecimiento y desarrollo de habilidades de liderazgo, como así también de un conocimiento profundo del negocio y una excelencia funcional.

**El Modelo de Competencias de Liderazgo y Efectividad Personal** detalla las capacidades clave y los comportamientos necesarios para alcanzar nuestros objetivos de desempeño. Está diseñado para reforzar nuestra cultura integral y basada en valores, y orientado a la excelencia y al alcance de resultados.

El **Programa de Planificación de Carrera (CDAP)** se basa en un sólido conocimiento de cada uno de nuestros colaboradores, sus expectativas profesionales y las acciones necesarias para alcanzarlas. A partir del análisis de esta información, de la evaluación de desempeño individual y de las necesidades de cada posición, se diseña el plan de desarrollo de cada persona.

Las **instancias de capacitación** son diversas e incluyen:

- › Entrenamientos sobre las competencias operativas de cada sector: ventas, calidad, mantenimiento preventivo, seguridad industrial, operación de máquinas (Unidad de Negocios Alimentos)
- › Rotación de puestos
- › Experiencias críticas
- › Programas de desarrollo de competencias “soft” que apuntan a fortalecer la comunicación, el autoconocimiento, el liderazgo
- › Formación académica de posgrado

**Algunas de las acciones de formación:**

### PARA TALENTOS INTERNOS

- **First Time Manager (presencial + e-learning):** contenidos funcionales
- **Huellas (presencial + autoaprendizaje):** competencias genéricas para mandos intermedios
- **Viviendo Nuestros Valores (e-learning):** contenidos corporativos

### PARA EJECUTIVOS

- **SCALA Escuela de Líderes** (en alianza con distintas Escuelas de Negocios): contenidos funcionales
- **Rumbo** (programa de desarrollo de talento): programa de experiencias críticas
- **Puertas Abiertas** (diversidad e inclusión): contenidos corporativos

### PARA LAS ESTRUCTURAS DE VENTAS Y OPERACIONES

Las **Facultades de Ventas y operaciones** representan un espacio de aprendizaje destinado a ambas estructuras de ventas con el objetivo de entrenarlos en el **desarrollo de competencias funcionales y conductuales**, a partir de herramientas concretas que puedan aplicar efectivamente en su trabajo diario.

Las **capacitaciones son internas y externas**, en alianza con consultoras o universidades, según las necesidades de la compañía.

• **Facultad de Ventas:** Contenidos funcionales de Ventas (Unidad de Negocios Alimentos). Está estructurada en módulos tales como: Conociendo el negocio; Sistemas de Información; Líder por primera vez; Consumer insights; Go to Market.

• **Facultad de Operaciones:** contenidos funcionales para producción, supply chain, mantenimiento, calidad, seguridad, planeación y compras (Unidad de Negocios de Alimentos).

♥ **En el año 2010 se han capacitado 620 personas entre supervisores, jefes, vendedores y distribuidores.**

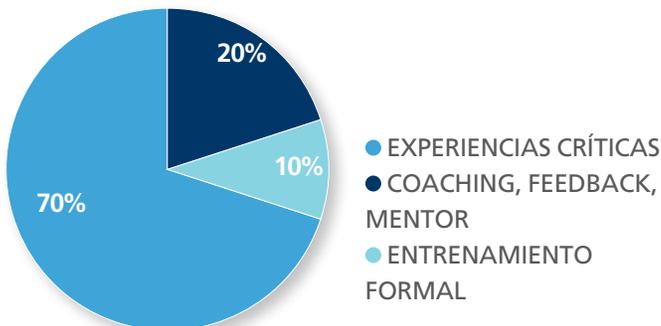
**Programa de Desarrollo Capacitación de Carrera (CDAP):** permite al jefe y a su colaborador tener un seguimiento formal de las actividades que deben llevarse a cabo para crecer en su desarrollo profesional y estar preparados para las oportunidades que se les presenten. Por otro lado, está enfocado a la superación personal con el propósito de cumplir sus expectativas profesionales y contribuir al crecimiento del negocio. El CDAP es un indicador de hacia dónde deben dirigirse las acciones de desarrollo.

**DATOS CAPACITACIÓN**

<b>Horas de capacitación:</b>	<b>6.800</b>
<b>Total empleados capacitados:</b>	<b>574</b>
<b>Promedio horas de capacitación por empleado:</b>	<b>12</b>

FUENTE: GERENCIA DE RECURSOS HUMANOS

**DESARROLLO DE TALENTO INTERNO**



FUENTE: GERENCIA DE RECURSOS HUMANOS

➔ **Clima laboral**

Para atraer y retener a los mejores y más brillantes talentos, trabajamos para que **nuestra cultura se consolide en su naturaleza incluyente** y para que nos identifiquen como un lugar de trabajo en el que cada persona puede integrarse desde su individualidad. Cada vez que esto sucede, se libera todo el potencial de nuestra gente y se manifiesta en soluciones innovadoras que contribuyen al crecimiento de la organización.

Nuestra política de Recursos Humanos tiene como objetivo garantizar un entorno laboral seguro y motivar a nuestra gente a vivir una vida sana.

**INICIATIVAS QUE INCENTIVAN EL EQUILIBRIO ENTRE LA VIDA PERSONAL Y PROFESIONAL:**

- Opciones de trabajo flexible en posiciones administrativas
- Viernes de verano
- Vestimenta casual todo el año
- PepsiCo Club: descuentos en gimnasios, campeonatos de fútbol, bowling
- Obsequios y/o festejo de fechas especiales: día de la mujer, cumpleaños, reconocimiento por antigüedad, fin de año



Divertidía

- Exhibidores de productos para consumo interno
- Venta de productos con descuento
- La familia es tan importante como nuestros colaboradores. Por ello, contemplamos beneficios adicionales para el grupo familiar:



Visitas de la familia

- **Divertidía:** los dos viernes de vacaciones de invierno, los hijos de los empleados visitan el lugar donde trabajan sus padres.
- **Distinción al Desempeño Escolar:** reconocimiento, dos veces al año, a los 40 mejores promedios de hijos de nuestros empleados en edad escolar.
- **Vuelta al Cole:** entrega de mochilas escolares para todos los hijos de 6 a 12 años, de los empleados efectivos.
- **Visitas de la Familia:** una vez al mes los empleados invitan a su familia para que conozcan su lugar de trabajo.
- **Souvenir por Nacimiento:** obsequio por nacimiento a todos los empleados efectivos de la empresa.
- **Obsequio Día del Niño:** obsequios para todos los hijos de los empleados, hasta 12 años.

## ➔ Seguridad y salud

Nuestro trabajo en materia de salud y seguridad apunta a garantizar un **entorno de trabajo seguro**, a través de acciones que mejoren la salud ocupacional y las métricas de seguridad.

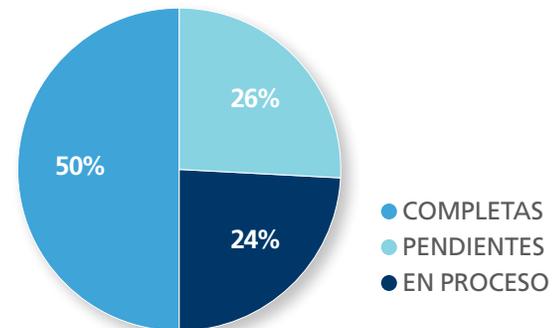
Como ciudadanos corporativos responsables, asumimos de manera integral la responsabilidad de trabajar con nuestros empleados y sus familias, con la comunidad y sus vecinos, con la sociedad civil y el

Estado, en el marco de un proceso de mejoramiento continuo.

## COMITÉ DE CALIDAD DE VIDA

Desde **2007**, un equipo de trabajo, coordinado por el área de Recursos Humanos, se reúne semanalmente con el mandato de **evaluar y planificar acciones e iniciativas efectivas para una mejor calidad de vida** en el entorno laboral. Mediante un buzón de sugerencias, los empleados proponen temas e inquietudes que son posteriormente discutidos y consensuados por el Comité para su implementación. El Comité está integrado por **41 personas**, representantes de las áreas de Manufactura, Producción, Mejora Continua y Recursos Humanos. Algunas de las iniciativas surgidas fueron el **Gimnasio en la planta de Florida** y la organización del **Campeonato de Fútbol**.

## ESTADOS DE INICIATIVAS



FUENTE: GERENCIA DE RECURSOS HUMANOS



## VIVE SALUDABLE

Programa integral de **Salud Nutricional y Cuerpo en Movimiento**, cuyo objetivo

es el de crear conciencia sobre la importancia de comer adecuadamente, realizar actividad física, corregir hábitos que representan un riesgo para la salud, así como orientar a los participantes para que logren una calidad de vida saludable y un rendimiento óptimo tanto en lo personal como en lo laboral.

El programa está basado en **dos grandes líneas:**

# Capacitaciones adicionales en Seguridad:

 		CÓDIGO: PR-AR-SI-02	FECHA DE VIGENCIA: 27/04/2010 REV:01	
Entrenamientos Seguridad 2010	Personas asistentes a la capacitación	Capacitador	Horas cursadas	
Conducción Segura de Autoelevadores	46	ART/MASS	115	
Capacitación Actitudinal (Seguridad basada en el comportamiento). Módulos I,II, III.	1.173	MASS	1953	
Inducción Mandos Medios	40	MASS	320	
Riesgo Eléctrico y Mecánico	30	ART/MASS	30	
Capacitación Legal (Seguridad y M. Ambiente) para mandos medios	26	Interno y Externo	52	
El ruido y sus perjuicios	150	MASS	150	
Micropausas/ejercicios de relajación	596	Externo	298	
Levantamiento correcto de carga, plan de emergencia y evacuación	150	MASS	75	
Utilización segura de equipos de corte y soldadura	24	Externo	24	
Formación de Brigada de Emergencias	38	Externo	1096	
Norma de contratistas	40	MASS/AON	40	
ISO 14001 (Política Ambiental; Aspectos e Impactos ambientales; Pr e It relacionados para cada Área*)	650	Externo/MASS	1950	
Capacitación Especial (Temas varios)	212	MASS	159	
Inducción de Seguridad nuevos ingresos	171	MASS	171	

FUENTE: GERENCIA DE MASSQ CONO SUR.



## CUERPO EN MOVIMIENTO

**Masoterapia:** sesiones de masajes de 30 minutos con el objetivo de trabajar en la prevención de contracturas y tensiones diarias en base a técnicas de relajación y masajes descontracturantes. En 2010 se realizaron **660 prestaciones**.

**Pausas saludables:** trabajo grupal de ejercicios físicos activos y pasivos en el sector de trabajo. Participaron **581 empleados**.



Campeonato Fútbol PepsiCo

**PepsiCo Club:** gimnasio en la planta de Florida con el objetivo de incentivar la actividad física. Para los empleados que eligen realizar actividad física en otro lugar, contamos con convenios con cadenas de gimnasios.

**PepsiCo Club - Torneo de Fútbol 5:** actividad de integración y diversión para los empleados, todos los sábados en Parque Norte.

**Viernes de juego:** actividad grupal dirigida por profesores de Educación física, que busca que los empleados se integren y participen en juegos grupales, permitiéndoles pausas saludables a su jornada laboral.

**Running Team:** programa de entrenamiento físico en tres categorías:

- Caminadores
- Amateurs
- Profesionales

En 2010 realizamos **78 eventos**, con un promedio de **32 empleados** por encuentro.

Los empleados que participan en las actividades del **Programa Cuerpo en Movimiento** suman puntaje para el **Programa PepsiCo On the Go**, iniciativa global que **promueve la calidad de vida y la salud tanto de los empleados como de las comunidades**. El programa consiste en sumar 64.000 puntos según las actividades en las que se participe. Este puntaje es el equivalente a los 64.000 km que separan a Canadá de Chile. Se donará hasta un millón de dólares al término del programa que se distribuirá a instituciones asignadas según los puntos sumados por cada unidad de negocio.

En Argentina, **180 personas ya están inscritas** en un sitio web especialmente diseñado para registrar sus respectivos puntajes según las actividades realizadas.

### » SALUD

#### Programa de Prevención de Enfermedades

- Campaña de Inmunizaciones: Antigripal y Antitetánica.
- Check Up Ejecutivos, Análisis específicos, Nutrición y Dermatología.

Participaron **1.483 empleados**.

**En Busca del Lunar:** prevención del cáncer de piel a través de la evaluación técnica especializada de todo el personal, realizada por profesionales médicos



Festejo Día de la Mujer



Izquierda: Equipo de Running Pepsico / Derecha Arriba: Bowling Femenino / Der.Abajo: Gimnasio Planta Florida

prevencionistas con entrevista personalizada, examen médico y orientación terapéutica. Se realizó la atención en consultorio con un total de **32 horas mensuales** y **279 consultas** al año.

**Semana del Corazón:** promoción de la salud cardiovascular y disminución de incidencia de enfermedades cardiovasculares. Evaluación del Riesgo Cardiovascular - Control TA, Evaluación Nutricional, Plan Nutricional y Planificación de Actividad Aeróbica. Participaron **1.293 empleados**.

**Programa para la Mujer:** prevención de enfermedades específicas mediante la evaluación de la salud ginecológica por médicos especialistas. Realización de PAP, colposcopia y examen mamario y mamografías complementarias a **378 mujeres**.

**Programa "Esperando al Doctor":** curso de Primeros Auxilios brindados por la Cruz Roja Argentina con el objetivo de proporcionar conocimientos para intervenir en forma eficaz y rápida sobre aquellos incidentes que alteren la salud mientras se espera la ayuda médica.

**Nutrición Saludable:** promoción de hábitos alimentarios saludables y del mejoramiento de la calidad de vida. Se llevaron a cabo **2.280 consultas**.

**Concurso de Descenso de Peso:** promoción de vida saludable con el objetivo de concientizar sobre los hábitos alimentarios y el mejoramiento de la calidad de vida. Se armaron **82 equipos**, con **87 participantes** individuales y **190 horas** de atención directa.

**Desayuno Equilibrado:** ofrecido a la fuerza de ventas de la compañía, con el objetivo de reponer energía, modificando hábitos alimentarios y otorgándole la importancia del mismo para el bienestar durante todo el día. **Se implementó una prueba piloto en las sucursales de Salta, Tucumán, Mendoza y Córdoba.**

**Prevención del Tabaquismo:** difusión de información, educación y orientación sobre la temática de adicciones. Consiste en una evaluación técnica especializada, talleres, entrevistas personalizadas, examen médico y orientación terapéutica.



# Cultura del reconocimiento

PepsiCo valora el esfuerzo y dedicación de sus empleados mediante una amplia gama de reconocimientos, con el fin de motivarlos y fortalecer su compromiso.



PEPSICO CHAIRMAN'S AWARD 2011



## Premios Corporativos:

**Ring of Honour:** distingue lo mejor de lo mejor de nuestra fuerza de ventas.

[Un colaborador de Argentina premiado en 2010.](#)

**Circle of Champions:** enfocado en el área de Operaciones, reconoce a quien ha aportado contribuciones excepcionales en la Fabricación y el Movimiento de productos PepsiCo.

[Un colaborador de Argentina premiado en 2010.](#)

**Donald M. Kendall:** uno de los más tradicionales e importantes de PepsiCo, reconoce iniciativas que se han destacado globalmente en el área de negocios. [Argentina fue reconocida con este prestigioso premio al presentar la mejor iniciativa integral 2010.](#)

**Chairmans' Award:** honra y recompensa a aquellas personas y equipos que se distinguen por su excelencia y por ser una inspiración para todos.

**Harvey C. Russell Inclusión:** reconoce logros sobresalientes, más allá de las responsabilidades tradicionales, que movilicen un entorno diverso e incluyente.

**Fundación PepsiCo Cono Sur recibió este premio en 2010.**

**Premio VIP (Values in Practice):** reconoce a las personas o equipos que ejemplifiquen los valores fundamentales de PepsiCo al tiempo que realizan un gran impacto BIS (Business + Information Solution).

## Premios Locales:

**Premio "Valores PepsiCo":** distingue a las personas que, con su liderazgo y entrega diaria, demuestran vivir los valores que queremos construir para el Cono Sur: confianza, comunicación, innovación, autenticidad, colaboración y jugar para el equipo.

[Un colaborador de Argentina premiado en 2010.](#)

**Premio "Trayectoria PepsiCo":** premia a quien encarna una historia de éxito en la compañía y se haya ganado el respeto y la admiración de sus pares transformándose así en un referente para ellos.

[Un colaborador de Argentina premiado en 2010.](#)

**Premio SAFIRAS:** dirigido a todos los empleados de PepsiCo Cono Sur, apunta a distinguir a personas o grupos que aporten al éxito de nuestros objetivos.

**Reconocimiento por antigüedad:** a los empleados con más de 10 años en la compañía.

**Premio Mejor compañero:** de frecuencia anual y se entrega en la fiesta de fin de año de la compañía.

**Premios Multicategoría:** reconocimiento tanto para empleados o equipos que durante el año realizaron contribuciones sobresalientes en cada una de las Unidades de Desarrollo de Negocio: Salados, Toddy, Quaker y Twistos.

**Reconocimientos 2010 por cada categoría:**

**Salados, 6 personas; Quaker, 3 personas; Twistos, 5 personas; Toddy: 3 personas.**



## Diversidad

En PepsiCo respetamos **los derechos de las personas y la dignidad de todos los trabajadores por igual**. Asimismo, va en contra de nuestros principios emplear a menores de edad o mano de obra forzada.

Estamos comprometidos a dar las mismas oportunidades de empleo a todos nuestros trabajadores y aspirantes, lo que implica ofrecer un **entorno de trabajo en el que no tenga cabida ningún tipo de discriminación u hostigamiento, incluido el acoso sexual**. Intentamos ofrecer un espacio en el que las personas se sientan cómodas y respetadas, con independencia de sus diferencias, aptitudes o características personales. Nuestro objetivo es que la diversidad de nuestros empleados coincida con la diversidad de la población en todos los lugares en los que operamos y que el desempeño de los empleados se valore de manera justa, basada en su contribución a nuestros resultados.

**En PepsiCo fomentamos una cultura incluyente**, que permite a cada empleado dar lo mejor de sí mismo. Esto significa que:

- Aceptamos e integramos las ventajas de nuestras diferencias.
- Nos tratamos con respeto y justicia.
- Fomentamos un ambiente de camaradería, comunicaciones abiertas y confianza.

Desde **2005** incorporamos personas con discapacidad a través del **Programa de Inclusión y Diversidad**, en alianza con **Manpower**, porque entendemos que la diversidad es una fortaleza que nos da ventaja competitiva



Proveedores inclusivos

y nos enriquece. **Actualmente 112 personas** con discapacidad trabajan en la compañía en diversos puestos y áreas.

Como parte del programa, se han realizado **talleres y actividades de concientización** en todo el país, con el objetivo de presentar la iniciativa e instalar el tema de la discapacidad.

Junto con la **Asociación Civil La Usina** se realizaron los **"Encuentros Invisibles"** en los que empleados con ojos vendados recorrían un salón con poesías en braille acompañados por una persona no vidente que les iba relatando las poesías. Participaron **85 personas**.

La **Asociación Civil AUDELA** organizó **"Gallito Ciego"**, un almuerzo totalmente a oscuras en el que participaron los **gerentes y directores**. Adicionalmente, compartieron **dos desayunos con 180 personas**, en las oficinas de Florida y Munro.

**El Programa para Líderes del IAE** incluyó un módulo de cuatro horas sobre Diversidad, en el que participaron **25 ejecutivos**.

Desde **2006**, participamos activamente del **Club de Empresas Comprometidas**, cuyo objetivo es consolidar una Red Formal de Empleadores que sean promotores de oportunidades de empleo

para las personas con discapacidad, mejorando la empleabilidad, facilitando su contratación y reinserción laboral. Desde hace tres años somos parte de la **mesa coordinadora** y ya hemos replicado la iniciativa en Rosario, Mendoza y Córdoba.

Por tercer año consecutivo, junto con el **Ministerio de Trabajo de la Nación**, participamos del **Programa Red de Jóvenes con Futuro**, con el objetivo de ofrecer oportunidades de capacitación y generar una práctica laboral calificante para jóvenes vulnerables de zonas marginales, sin terminalidad educativa y que tienen entre 18 a 25 años. **Más de 30 jóvenes** han pasado por la experiencia.

**DATOS DIVERSIDAD**

<b>Porcentaje de mujeres:</b>	<b>25%</b>
<b>Porcentaje de mujeres en cargos gerenciales y directivos:</b>	<b>1%</b>
<b>Porcentaje de empleados mayores de 50 años:</b>	<b>4,6%</b>
<b>Porcentaje de empleados discapacitados:</b>	<b>5,4%</b>

FUENTE: GERENCIA DE RECURSOS HUMANOS

# Encuesta de clima

En 2009, se realizó la **encuesta bianual de clima interno** con el objetivo de **identificar nuestras fortalezas y oportunidades** para consolidar nuestra gestión de talentos y nuestro desempeño con propósito.

El estudio demostró un alto índice de compromiso hacia la empresa así como el reconocimiento hacia la estrategia de negocios implementada, especialmente en los aspectos vinculados a la innovación y a los valores corporativos. En segunda instancia, los participantes mostraron su conformidad hacia las dimensiones relacionadas con el ambiente de trabajo y el desarrollo de carrera.



Comedor Mar del Plata



Oficinas Corporativas Urbanas

A partir de estos resultados, **se diseñaron planes de acción** –consensuados con los Directores de cada área–, para trabajar en los desafíos mencionados.

- Remodelación de vestuarios e instalaciones en diferentes sucursales del país.
- Apertura de las oficinas de Munro con 90 nuevos lugares de trabajo.
- Remodelación completa de las antiguas oficinas de Florida (Alimentos) y de las oficinas de Quilmes (Bebidas).
- Adecuación y modernización de las instalaciones de

**27 de junio Distinción al Desempeño Escolar**

Ganadores	Padre del Ganador	Lugar de Trabajo
Florencia Yapura	Ricardo Yapura	Barracas
Agustina Valenzuela	Rosana Heredia	Florida
Ellan Saucedo	Mónica Escobedo	Florida
Agustina Montenegro	Natalia Montenegro	Florida
Erzo Luna	Walter Luna	Florida
Aaron González	Claudio González	Florida
Franco Formia	José Luis Formia	Florida
Allén Condori	Francisco Condori	Florida
Agustina Goro	Natalia Montiel	Florida
Mayra Macri	Alejandro Macri	Suc. Laprida
Manuel Nuñez	Diego Fernando Nuñez	Suc. Laprida
Camila Lucero	José Ángel Lucero	Suc. Laprida
Francisco Mora	Héctor Mora	Suc. Córdoba
Carolina Soto	Daniel Soto	Florida
Emilise Rodríguez	Javier Rodríguez	Florida

Logos: **Vive Saludable**, **Comunidad Interna**.  
 PARA MÁS INFORMACIÓN CONTACTATE CON COMUNIDAD INTERNA. INT 1144

**¡COMENZARON LOS VIERNES DE VERANO!**  
 Alégrate, disfruta y celebra porque desde este viernes 6 de noviembre hasta el viernes 5 de marzo, saldremos TODOS LOS VIERNES A LAS 2 DE LA TARDE.

Más sol, más playa, más tiempo para compartir: son los VIERNES DE VERANO EN PEPSICO.

Logos: **PEPSICO**

Comunicaciones internas

Mar del Plata.

- Se ampliaron los programas de beneficios para el personal a nivel nacional.
- Se implementaron nuevos sistemas de comunicación como Conectados TV, desayunos con directores y gerentes, reuniones informativas, y la plataforma "Conectados".
- Se amplió la oferta de cursos y entrenamientos ejecutivos, incluyendo a niveles intermedios de la organización.
- Se concretó un servicio de cobertura médica unificado que permitió a los empleados mejorar su situación anterior.
- Se prolongó el esquema de flex time, ampliando el beneficio más allá de la época estival.
- Se ampliaron los programas de vacunación, las prestaciones de salud, los programas de prevención y de actividades físicas planificadas.
- Se incrementó la inversión social a través de las acciones de Fundación PepsiCo.
- Se continuó trabajando en el fortalecimiento de la Diversidad e Inclusión en PepsiCo.

# Comunicaciones internas

En PepsiCo, los tradicionales canales de comunicación interna (carteleras, news, mailing) se complementan con innovadoras herramientas tales como:



• **Unidad de Negocios Alimentos:** la **TV corporativa** y un **noticiero corporativo** que funcionan para que todos los integrantes de **Conectados** PepsiCo estemos **"más cerca, más conectados, más alineados"**.

• **Unidad de Negocios de Bebidas:** trimestralmente se realizan **reuniones de toda la Compañía** fuera del lugar de trabajo, donde se comparten los resultados del negocio y los principales planes de acción de cada departamento.



• **“Conectados”** es una **plataforma de comunicaciones internas corporativas** que apunta a mantener una coordinación entre los grupos de trabajo, lograr una amplia difusión, aceptación e interiorización de los mensajes corporativos así como promover la motivación y compromiso con los objetivos organizacionales.

En todos los casos, **las comunicaciones incluyen tres tipos de noticias**, relativas a:

- La Compañía;
- El Negocio;
- La Gente.

Adicionalmente, en Argentina se reciben **comunicaciones regionales** a través de dos websites, una para Alimentos (PEP Line) y otra para Bebidas (LAB Line), con el fin de conocer y estar informados de las principales noticias y eventos corporativos.

## MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- **Carteleras:** ubicadas en sucursales de venta y en plantas productivas, con información que se renueva quincenalmente.
- **TV Corporativa:** ocho televisores en línea ubicados en las oficinas corporativas, plantas productivas y en las principales sucursales de PepsiCo, con programación que se renueva semanalmente.
- **Noticiero Corporativo Conectados al Día:** envío mensual por mail que incluye cuatro noticias relevantes, con una duración de 15 minutos.
- **News y Mailings Corporativos**
- **Screensaver** (protector de pantalla)

PepsiCo de Argentina S.R.L. publica su primer Reporte de Sustentabilidad. La información contenida en el mismo corresponde al año 2010. Este Reporte fue realizado en base a lineamientos GRI (Global Reporting Initiative). El contenido del reporte fue compilado y procesado por Ana Cacace y Maria Rosa Chappuis, teniendo como base información suministrada por PepsiCo de Argentina S.R.L.. Diseñado y compaginado por Agencia AVC Marketing. // Todos las marcas de PepsiCo y sus respectivos logos son marcas registradas del grupo PepsiCo. // La totalidad de la información, fotos y diseños vertidos en el Reporte son de propiedad exclusiva de PepsiCo de Argentina S.R.L. // Queda prohibida su reproducción total o parcial, así como su venta y/o cesión por cualquier título.- La versión digital en el idioma español (pdf) puede descargarse desde [www.pepsico.com.ar](http://www.pepsico.com.ar) Es muy importante para nosotros poder contar con su opinión/comentarios. Puede enviarlos a la siguiente casilla de mail: [Info.mail@pepsico.com](mailto:Info.mail@pepsico.com)

### **Acerca de PepsiCo**

Grupo PepsiCo ofrece el más amplio portafolio de marcas de alimentos y bebidas que representa miles de millones de dólares incluyendo 19 distintas líneas de productos, las cuales generan más de mil millones de dólares anuales en ventas. Nuestros negocios principales –Frito-Lay, Quaker, Pepsi-Cola, Tropicana y Gatorade- también ofrecen cientos de sabrosos y nutritivos productos de alimentación y bebidas, que traen alegría a nuestros consumidores en más de 200 países. Con ingresos anuales de cerca de 60 mil millones de dólares, la familia PepsiCo está unida por nuestro compromiso único con el crecimiento sustentable llamado Desempeño con Propósito (Performance with Purpose). Al ofrecer una amplia serie de opciones para una saludable, conveniente y deliciosa alimentación, reduciendo nuestro impacto ambiental y promoviendo una cultura diversa e inclusiva de trabajo, PepsiCo equilibra sólidos resultados financieros con beneficio a nuestras comunidades a nivel mundial. En reconocimiento a sus continuos esfuerzos de sustentabilidad, PepsiCo fue nombrado por tercera vez en el Índice Mundial de Sustentabilidad Dow Jones (DJSI World) y por cuarta vez para el Índice Dow Jones de Sustentabilidad de América del Norte (DJSI North American) en 2009. Para más información por favor visite [www.pepsico.com](http://www.pepsico.com)



**PEPSICO**