



Nestlé

Good Food, Good Life



Nestlé en la sociedad

Creación de Valor Compartido y Cumplimiento de nuestros compromisos 2014

Resumen de rendimiento de 2014

Los indicadores de rendimiento de Nestlé proporcionan un enfoque para medir y presentar informes sobre Creación de Valor Compartido, sostenibilidad y cumplimiento. Este resumen de rendimiento forma parte de nuestra comunicación de los avances realizados en el cumplimiento de los Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas. Salvo que se indique lo contrario, los indicadores de rendimiento se refieren al año terminado el 31 de diciembre de 2014. Las referencias en la columna GRI corresponden al indicador aplicable según las directrices de la Global Reporting Initiative (GRI) G4.

Nuestra información sigue las directrices y los indicadores de la GRI G4, en línea con las cuestiones más importantes que debemos abordar. Esas cuestiones se identifican en nuestro proceso de compromiso con nuestros grupos de interés y dan forma a los compromisos que hemos adoptado públicamente. Para aportar transparencia a nuestros grupos de interés, en este cuadro hemos indicado la correlación entre los indicadores de la GRI, nuestros KPI y nuestros compromisos.

Entre en www.nestle.com/csv/2014/kpis

Indicadores clave de rendimiento de Nestlé en la sociedad y en la Creación de Valor Compartido	GRI	2013	2014	Página
Económicos				
Total ventas del Grupo (millones de CHF) ^(a)	G4-EC1	92.158	91.612	5
Beneficio neto (millones de CHF) ^(b)	G4-EC1	10.015	14.456	n/a
Nutrición				
Productos que satisfacen o superan los criterios de perfil de Nestlé Nutritional Foundation (% del total de ventas) ^(c)	G4-EC1	76,0	78,5	10,11,12
Productos renovados por cuestiones de nutrición o salud ^(d)	G4-FP7	7.789	10.812	10,11,12
Productos con aumento de ingredientes nutritivos o nutrientes esenciales ^(d)	G4-FP7	4.778	6.359	10
Productos con reducción de sodio, azúcares, grasas trans, grasas totales, calorías o colorantes artificiales ^(d)	G4-FP6	4.221	6.973	11,12
Productos analizados y mejorados o confirmados mediante el programa 60/40+ (ventas, millones de CHF) ^(e)	G4-PR1	33.001	33.233	10,11,12
Productos que contienen Beneficios Activos Patentados (ventas, millones de CHF)	G4-FP7	6.836	6.687	10
Productos con etiquetado <i>Nestlé Nutritional Compass</i> (% de ventas en todo el mundo) ^(f)	G4-PR3	92,5	92,8	14
Productos en la Unión Europea con etiquetado de Cantidad Diaria Orientativa (CDO) en el frontal del envase (% de las ventas) ^(g)	G4-PR3	99,3	79,7	14
Productos con orientación específica sobre raciones (ventas, millones de CHF) ^(h)	G4-PR3	26.700	26.456	14
N.º de referencias (SKU) de Productos a Precios Populares (ventas, millones de CHF) ⁽ⁱ⁾	G4-EC1	9.562	5.014	10
Productos a Precios Populares (ventas, millones de CHF)	G4-EC1	11.803	12.205	10
Publicidad de Nestlé en televisión dirigida a niños menores de 12 años que cumple con las políticas de marketing responsable (%) ^(j)	G4-PR7	98,3	97,2	17
Infracciones a la «Política e instrucciones de Nestlé sobre implantación del Código Internacional de la OMS de Comercialización de los Sucedáneos de la Leche Materna» ^(k)	G4-PR7	27	29	18
Empleados dedicados a la comercialización de preparados para lactantes en países de alto riesgo que han recibido formación en el Código de la OMS (% de la plantilla) ^(l)	G4-PR6	100	100	18
Desarrollo rural y abastecimiento responsable				
Agricultores formados mediante programas de desarrollo de capacidades		300.000	376.000	19,21,22
Mercados cubiertos por programas SAIN (Iniciativa de Nestlé para una Agricultura Sostenible)		48	51	24,26
Mercados de abastecimiento directo cubiertos por programas SAIN (%)		100	100	24,26
Porcentaje de proveedores que cumplen totalmente con el Código de abastecimiento de Nestlé	G4-FP1	74,0	73,0	20
Porcentaje de volumen adquirido que cumple totalmente con el Código de Proveedores de Nestlé	G4-FP1	92,0	95,0	20
Agua ^(m)				
Volumen total de agua empleada (millones de metros cúbicos)	G4-EN8	152	147	23
Volumen total de agua empleada (metros cúbicos por tonelada de producto)	G4-EN8	2,92	2,74	23
Sostenibilidad medioambiental ^(m)				
Volumen de producción				
Total de volumen de producción (millones de toneladas)		52,1	53,7	n/a
Materiales				
Materias primas utilizadas (millones de toneladas) ⁽ⁿ⁾	G4-EN1	25,1	25,8	n/a
Material para embalaje (millones de toneladas) ⁽ⁿ⁾	G4-EN1	5,7	5,6	29
Optimización del peso de embalaje (kilotoneladas economizadas)		66,6	45,8	29
Energía				
Consumo total de energía de las fábricas (petajulios)		97,7	95,8	28

Indicadores clave de rendimiento de Nestlé en la sociedad y en la Creación de Valor Compartido	GRI	2013	2014	Página
Consumo total de energía de las fábricas (gigajulios por tonelada de producto)		1,87	1,78	28
Consumo total de energía de las fábricas procedente de fuentes renovables (% del total)	G4-EN3	13,3	14,7	n/a
Consumo total de energía directa (petajulios)	G4-EN3	67,1	65,5	28
Consumo total de energía directa procedente de fuentes renovables (% del total)	G4-EN3	10,8	11,3	n/a
Consumo total de energía indirecta (petajulios)	G4-EN4	81,5	81,1	28
Biodiversidad				
Superficie total de fábricas situadas en áreas protegidas (hectáreas) ^(o)	G4-EN11	32,9	18,8	32
Emisiones, aguas residuales y subproductos				
Emisiones directas de GEI (millones de toneladas de CO ₂ eq)	G4-EN15	3,99	3,81	31
Emisiones directas de GEI (kg CO ₂ eq por tonelada de producto)	G4-EN15	76,0	71,0	31
Emisiones indirectas de GEI (millones de toneladas de CO ₂ eq)	G4-EN16	3,81	3,80	31
Emisiones indirectas de GEI (kg CO ₂ eq por tonelada de producto)	G4-EN16	73,0	71,0	31
Volumen total de agua vertida (millones de metros cúbicos)	G4-EN22	91,0	87,0	25
Volumen total de agua vertida (millones de metros cúbicos por tonelada de producto)	G4-EN22	1,74	1,63	25
Calidad media del agua vertida (mg COD/l)	G4-EN22	76,0	72,0	25
Subproductos (kg por tonelada de producto)	G4-EN23	29,1	28,9	28
Desperdicios para eliminación (kg por tonelada de producto)	G4-EN23	4,9	4,0	28
Gestión de la sostenibilidad medioambiental				
Plantas de producción con certificación ISO 14001 (% del total de plantas de producción)		91,0	92,0	n/a
Derechos humanos y cumplimiento				
Número total de retiradas de producto o incidencias de no cumplimiento significativas	G4-PR2	10	12	n/a
Número de evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos	G4-HR9	1	1	34
Número de empleados formados en derechos humanos		13.793	7.485	34
Nuestro personal				
Total plantilla (n.º de empleados) ^(p)		333.214	339.456	5
Tasa total de nuevas contrataciones de empleados (%) ^(p)	G4-LA1	10,7	10,3	n/a
Tasa total de rotación de empleados (%)	G4-LA1	11,1	11,7	n/a
Carencias CARE identificadas en relación con Integridad Empresarial y RR. HH. ^(q)		146	32	36
De las cuales: Menores		130	32	36
Importantes		16	0	36
Críticas		0	0	36
Tasa de accidentes laborales y enfermedades con baja (por millón de horas trabajadas) (empleados + contratistas in situ + personal externo in situ) ^(m)	G4-LA6	2,34	2,35	37
Tasa total documentable de accidentes laborales y enfermedades (por millón de horas trabajadas) (empleados + contratistas in situ + personal externo in situ) ^(m)	G4-LA6	4,10	3,98	37
Número total de muertes (empleados + contratistas in situ + personal externo in situ)	G4-LA6	12	5	37
Media de horas de formación por año, empleado y categoría ^(r)	G4-LA9	23,0	28,8	39
Puestos de liderazgo ocupados por mujeres (%) ^(r)	G4-LA12	31,1	33,7	37
Miembros del Comité de Gestión Local nativos del país en países en desarrollo (%) ^(s)	G4-EC6	52,0	56,4	n/a

(a) No incluye las asociaciones empresariales.
(b) Incluye cuota de Nestlé en el beneficio neto de las asociaciones empresariales.
(c) Ámbito de evaluación en 2014: 73,8% del volumen total de ventas de Nestlé. Evaluamos nuestros productos según los criterios de Nestlé Nutritional Foundation, basados en recomendaciones científicas y sanitarias (de la OMS, el Institute of Medicine (IOM) y otros), lo que determina su valor nutricional mediante Nestlé Nutritional Profiling System.
(d) Basado en informes de aproximadamente un 75% de los equipos de desarrollo de productos a nivel mundial. Los productos pueden tener «menos de» un ingrediente y «más de» otro al mismo tiempo.
(e) En el programa 60/40+ los productos se prueban con paneles de consumidores y al menos 60 de 100 personas deben preferir el producto de Nestlé al de la competencia. Este KPI refleja el carácter dinámico de nuestro programa 60/40+. Los resultados de la evaluación tienen validez durante un periodo máximo


de tres años, solo si todos los parámetros permanecen inalterados.
(f) Excluye productos para mascotas y, solo en EE.UU., Dreyer's y las marcas patentadas Häagen-Dazs y California Pizza Kitchen.
(g) La cifra de 2014 es global. La cifra de 2013 es para los 28 de la UE más Noruega, Suiza, la Región del Adriático, Ucrania y Moldavia. Excluye café puro, té y agua, productos para Nestlé Professional, alta confitería, condimentos, productos para mascotas, Nestlé Health Science y Nestlé Nutrition.
(h) Productos vendidos como raciones únicas que cumplen/exceden los criterios de Nestlé Nutritional Foundation O vendidos con/mediante un dispositivo o equipo que proporciona una ración que cumple/excede los criterios de Nutritional Foundation O vendidos a cuidadores con instrucciones detalladas para ajustar las raciones a la evolución de las necesidades nutricionales. Esto representa actualmente solo un subconjunto de la cartera con orientaciones sobre raciones.


(i) El número de referencias se ha recalculado con fines de armonización y ahora solo incluye las referencias activas.
(j) El porcentaje refleja el cumplimiento anual de Nestlé del umbral más estricto de audiencia infantil del 35% redefinido en septiembre de 2011.
(k) Basado en auditorías internas y externas. Las auditorías internas las realizan auditores que trabajan en la sede central (Auditoría del Grupo Nestlé) y auditores establecidos en los países (Auditoría de Mercado de Nestlé). Las auditorías externas las llevó a cabo Bureau Veritas.
(l) Seguimos los criterios sobre comercialización de sucedáneos de la leche materna del FSTE4Good, que clasifican los países como «de alto riesgo» cuando presentan tasas de mortalidad en niños menores de 5 años de más del 10 por mil o más de un 2% de malnutrición aguda de niños menores de 5 años. Todos los demás países son «de bajo riesgo».
(m) Incluye las asociaciones empresariales.
(n) Datos de 2013 ajustados porque algunas asociaciones empresariales informan


sobre aspectos medioambientales por primera vez en 2013, cuando aún no había datos sustanciales de consumo.
(o) Las diferencias con 2013 se deben a la corrección de coordenadas de fábricas, aclaración de límites de PA y venta de tres fábricas.
(p) Se refiere a los empleados de Nestlé registrados en el sistema de RR. HH. (aproximadamente, un 85% de todos los empleados).
(q) CARE, nuestro programa de auditoría externa global, lo realizan tres empresas de auditoría y con él se comprueba que todos los empleados y centros que poseemos u operamos cumplan con la legislación local, nuestros Principios Corporativos Empresariales y nuestro Código de Conducta Empresarial. Las auditorías se realizan cada tres años.
(r) Se refiere a aproximadamente el 80% de los empleados mediante una combinación de contratación directa en los mercados y del sistema de capacitación.
(s) Se refiere a todos los empleados de Nestlé, incluidas empresas conjuntas (joint ventures).


Índice


- 2 Mensaje de nuestro Presidente y de nuestro Consejero Delegado
- 4 Creación de Valor Compartido en Nestlé
- 6 Nuestros compromisos

- 8  **Nutrición**
Descubra cómo el enfoque de Nestlé en nutrición está contribuyendo a mejorar la calidad de vida de nuestros consumidores

- 19  **Desarrollo rural**
Conozca más aspectos de nuestro trabajo con los agricultores y las comunidades rurales

- 23  **Agua**
Conozca nuestro nuevo compromiso sobre gestión del agua y los objetivos que cumpliremos

- 28  **Sostenibilidad medioambiental**
Descubra cómo hemos previsto mejorar nuestros productos en beneficio del medio ambiente

- 34  **Nuestros empleados, derechos humanos y cumplimiento**
Conozca nuestros planes de acción en nuestras cadenas de suministro de cacao y avellanas, y nuestro trabajo en evaluaciones de impacto en los Derechos Humanos

- 40 Participación de los grupos de interés
- 42 Materialidad
- 44 Tabla completa de compromisos

Portada

Ramón Malé Calcó, de España, es responsable técnico de la línea de embotellado de la fábrica *Nescafé Dolce Gusto* de Schwerin, en Alemania. Es uno de los 10.000 jóvenes que Nestlé prevé contratar hasta 2016 dentro del programa *Nestlé needs YOUth*. La iniciativa, que también acogerá a 10.000 becarios y aprendices de menos de 30 años, se ha diseñado para atraer a los jóvenes con talento que serán necesarios para desarrollar y hacer crecer nuestro negocio.

Lo más destacado de 2014

98%

Un 98% de nuestros productos para niños cumple todos los criterios de Nestlé Nutritional Foundation¹ al final de 2014.

73

Nuestro programa mundial *Nestlé Healthy Kids* llegó a más de 7,6 millones de niños y 73 países en 2014.

Top 3

Estamos entre los tres primeros fabricantes mundiales de alimentación y bebidas del Índice de Acceso a la Nutrición.

73%

Auditamos a 8.700 de nuestros 10.000 proveedores de primer nivel y comprobamos que un 73% cumplía totalmente con nuestro Código de Proveedores.

FTSE4Good

Seguimos siendo el único fabricante de preparados para lactantes en el índice de inversión responsable de FTSE, por nuestro respeto a los derechos humanos y laborales, y marketing responsable de sucedáneos de leche materna, entre otros.

Líder

Oxfam nos situó a la cabeza de su clasificación de 2014 *Tras la marca*. La encuesta puntuó a 10 empresas de alimentación y bebidas en su esfuerzo por mejorar la seguridad alimentaria.

38%

Volumen de categorías de alta prioridad con materias primas de origen trazable.

52%

Reducción del vertido de agua por tonelada de producto en un 52% desde 2005.

72

fábricas han alcanzado el nivel cero de residuos a finales de 2014.

12.458

agricultores sensibilizados sobre cuestiones de trabajo infantil en 2014.

11.832

Nestlé needs YOUth ayudó a 11.832 jóvenes en Europa a encontrar trabajo u oportunidades de aprendizaje en 2014.

26%

Reducción del consumo de energía por tonelada de producto en un 26% desde 2005.

¹ Los criterios de Nestlé Nutritional Foundation se basan en las recomendaciones dietéticas de salud pública y de la ciencia de la nutrición, tales como las de la OMS, del Institute of Medicine y otras autoridades mundiales o locales. Nuestros productos se evalúan respecto a dichos criterios, usando el sistema de elaboración de perfiles nutricionales de Nestlé, que determina su valor nutricional y su ajuste a Nestlé Nutritional Foundation.

Mensaje de nuestro Presidente y de nuestro Consejero Delegado

Nos complace compartir con ustedes nuestro Informe 2014 sobre Creación de Valor Compartido, que incluye una evaluación de los retos a los que nos enfrentamos y de los avances efectivos realizados en el cumplimiento de nuestros compromisos sociales. En este informe subrayamos nuestra firme creencia en que, para que una empresa tenga éxito a largo plazo y cree valor para los accionistas, debe crear, además, valor para la sociedad. Todos y cada uno de los compromisos se basan en nuestras convicciones, no en nuestra conveniencia. El respeto por las personas, las distintas culturas, el medio ambiente y el futuro del mundo en que vivimos es la base de la Creación de Valor Compartido.

Estos compromisos abarcan propósitos tanto externos como internos. Nos han ayudado a dar forma a nuestras comunicaciones externas, pero igual de importante es que orientan a nuestra dirección y a todos los que integramos las Unidades de Negocio, las Zonas y los Mercados de Nestlé, en nuestro esfuerzo colectivo por lograr esos objetivos específicos. También tienen en cuenta las opiniones de nuestros grupos de interés. Nos reunimos periódicamente con ONG, el mundo académico, agencias multilaterales, gobiernos y otros terceros para escucharlos y aprender de sus críticas y de sus mensajes de ánimo. Nuestro esfuerzo sale fortalecido de ese diálogo.

Nuestros accionistas también nos sirven de guía gracias a sus atinadas preguntas sobre esos compromisos sociales y el modo en que refuerzan nuestro negocio. Esto es algo que, desde luego, podemos explicar. Nuestra aspiración a ser la empresa líder en Nutrición, Salud y Bienestar es la base de nuestra estrategia corporativa y nuestro objetivo. Nos preocupa realmente la salud y el bienestar de las personas e invertimos con vistas al futuro mediante nuestra red de centros de investigación, el Instituto Nestlé de Ciencias de la Salud, Nestlé Health Science y el nuevo Nestlé Skin Health. Una mayor comprensión de la nutrición y el acceso a alimentos y bebidas más sabrosos y saludables son demandas y necesidades de la sociedad.

El agua es también parte esencial de una buena nutrición, y a la vez un derecho humano y el eje de la seguridad alimentaria. Fomentamos activamente una hidratación saludable a todas las edades y dedicamos todo nuestro esfuerzo a reducir el uso de agua en nuestras operaciones. Abogamos por la inclusión de un objetivo específico sobre el agua en la agenda de desarrollo posterior a 2015. Nuestra nueva fábrica



Peter Brabeck-Letmathe en su discurso pronunciado en el foro de Creación de Valor Compartido 2014

Peter Brabeck-Letmathe (Presidente de Nestlé) da la bienvenida a invitados de los ámbitos gubernamental, académico, de la sociedad civil y empresarial al 6.º foro de Creación de Valor Compartido celebrado en Suiza con la colaboración de la Conferencia sobre Comercio y Desarrollo de la ONU.



Paul Bulcke visitando el Food Safety Institute de Pekín

Paul Bulcke (Consejero Delegado de Nestlé) en su visita a Pekín en marzo de 2014 para proceder a la apertura del Food Safety Institute de Nestlé, que colabora con las autoridades en la aportación de bases científicas para la elaboración de políticas y normas de salud alimentaria.

con nivel cero de agua en México, una fábrica de productos lácteos con impacto hídrico positivo, ilustra nuestro compromiso con la reducción de agua en nuestras operaciones y expresa nuestra bienvenida a nuevas tecnologías y modos innovadores de conseguirlo. El agua es una oportunidad comercial, un reto operativo y un tema social que nos preocupa a todos. Como hemos repetido insistentemente, el agua se agotará antes que el petróleo.

Igualmente, el desarrollo rural y nuestro trabajo con agricultores, unidos a nuestras Directrices de Abastecimiento Responsable, contribuyen a abordar la necesidad de crear comunidades agrícolas sostenibles, pero también a dar respuesta a las demandas de nuestros consumidores sobre la procedencia de los alimentos que consumen. Nuestro trabajo en desarrollo rural ayuda a garantizar la calidad y la cantidad del suministro de nuestras principales categorías y hace aumentar el atractivo de la actividad agrícola para las futuras generaciones.

Seguimos gestionando activamente nuestros compromisos con la sostenibilidad medioambiental y social, necesaria para el funcionamiento de nuestras fábricas y el crecimiento y desarrollo sostenibles de las comunidades y los países en los que operamos. Nuestro compromiso con el empleo, la iniciativa *Nestlé needs YOUth*, contribuye a reforzar y desarrollar las capacidades y la formación para el trabajo de los jóvenes europeos. Este programa se hará extensivo al resto del mundo en breve.

En Nestlé, la Creación de Valor Compartido es nuestra forma de hacer negocios y está enraizada en nuestra mentalidad de gestión holística. Integrar la oportunidad comercial y la necesidad social es lo que esperamos que consigan nuestros directivos y empleados. Las herramientas de gestión internas facilitan este proceso: una herramienta de cartera estratégica con la que evaluamos nuestras marcas según objetivos financieros y de nutrición; un proceso de inversión en activos fijos que incorpora indicadores sociales; un Marco de Desarrollo Rural que profundiza en las necesidades de los agricultores de cacao, café y lácteos y de las comunidades agrícolas, y que nos ayuda a establecer mejor los objetivos de nuestro trabajo y nuestras inversiones. Nuestro reto consiste en encontrar un método coherente de medir el valor comercial de la Creación de Valor Compartido, así como de evaluar no solo las actividades, sino también su impacto social. Seguiremos desarrollando esta vía de pensamiento durante 2015.

Únase a nosotros en nuestro viaje a la Creación de Valor Compartido, que enfoca el negocio hacia el largo plazo y

donde el éxito de la sociedad y la actividad económica están íntimamente unidos y se refuerzan mutuamente. También debería dar lugar a una actuación colectiva que aborde más eficazmente algunos de los problemas e inquietudes sociales más profundos. Hacen falta un diálogo más positivo, el compromiso y la asociación para hacer frente a la «doble carga» de la malnutrición, la escasez de agua, una agricultura sostenible, el cambio climático, los derechos humanos y otras cuestiones.

Este año hemos vuelto a introducir nuevos compromisos en las áreas de marketing responsable para los niños, anticorrupción y mecanismos de reclamación internos y externos. Con este informe también reiteramos nuestro apoyo al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, en nuestra calidad de miembro fundador del programa LEAD, una importante plataforma de liderazgo de la sostenibilidad corporativa. Esperamos recibir sus comentarios sobre nuestros compromisos y sobre este informe.



Peter Brabeck-Letmathe
Presidente



Paul Bulcke
Consejero Delegado

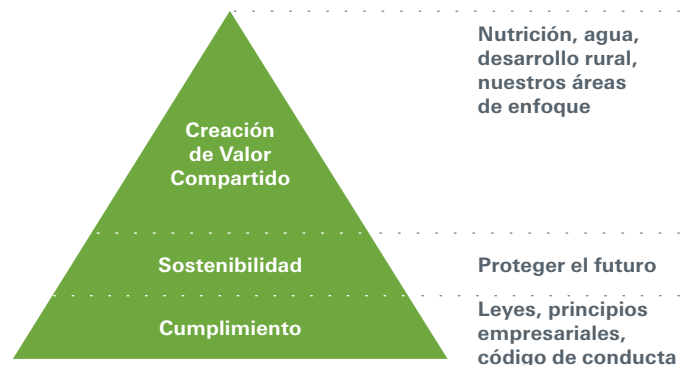
Creación de Valor Compartido en Nestlé

Nestlé, que empezó siendo una empresa fundada hace casi 150 años sobre el éxito de un cereal que salvaba la vida de los niños, es hoy líder mundial en Nutrición, Salud y Bienestar. Nuestro crecimiento nos ha permitido mejorar las vidas de millones de personas gracias a los productos y servicios que proporcionamos y mediante el empleo, nuestras redes de proveedores y nuestra contribución a economías de todo el mundo. 4,1 millones de familias se ganan la vida con Nestlé, entre ellas numerosos minifundistas rurales de países en desarrollo. En 2014, 695.500 granjeros trabajaban de forma directa con Nestlé y dimos empleo directo a 339.456 personas. Los salarios totales fueron de casi 16.000 millones de CHF y el total de los impuestos pagados a gobiernos fue de 2.859 millones de CHF.

Para nosotros, esta creación de valor es un requisito básico, pero no el único, para el éxito de un negocio. Ser líder global supone no solo el deber de operar de forma responsable, sino también la posibilidad de crear valor positivo a largo plazo para la sociedad. A esto lo llamamos Creación de Valor Compartido, y lo incorporamos con firmeza a nuestra mentalidad de gestión holística en todas las parcelas de nuestro negocio.

Nuestra aspiración es ser la empresa líder en Nutrición, Salud y Bienestar. A medida que crezca la población y aumenten los problemas sanitarios, el valor intrínseco de nuestra agenda de nutrición irá adquiriendo más importancia. Este es el motivo por el que la Nutrición, la Salud y el Bienestar son el centro de la Creación de Valor Compartido. El agua y el desarrollo rural, como problemas críticos para la sociedad, son también prioridades máximas que constituyen tanto oportunidades comerciales como retos operativos. Y todo ello se apoya en el deber de proteger los escasos recursos naturales con vistas al futuro. Nuestros compromisos con la sostenibilidad medioambiental y social garantizan que podamos seguir siendo parte de la solución a largo plazo. Encontrar mejores formas de colaborar y conseguir una acción colectiva es esencial para abordar los principales retos de la sociedad y maximizar el valor compartido que somos capaces de crear.

Creación de Valor Compartido



Nuestro rendimiento en 2014 en estos índices principales de medio ambiente y sostenibilidad ilustra nuestros avances en los compromisos:

Índice Carbon Disclosure Leadership – En octubre de 2014 recibimos el premio Índice Climate Disclosure Leadership de la agencia de clasificaciones de sostenibilidad medioambiental CDP, por nuestra puntuación de 96/100.

Carbon Disclosure Project Water – El programa CDP Water promueve la gestión sostenible del agua por parte de las empresas. La respuesta de Nestlé fue puntuada por primera vez en 2014. Recibimos la calificación de «Leadership» con la puntuación máxima de 20, y se reconocieron nuestra estrategia hídrica y nuestros compromisos en políticas públicas.

Índices de Sostenibilidad Dow Jones – Los índices de Sostenibilidad Dow Jones miden el rendimiento de los líderes mundiales en sostenibilidad. En 2014, mantuvimos nuestra puntuación de 88, que nos coloca como segundos en nuestro sector.

FTSE4Good – Nestlé sigue incluida en el FTSE4Good, que mide el desempeño de las empresas que cumplen con estándares de responsabilidad corporativa mundialmente reconocidos.

Tras la marca de Oxfam – En 2014, Nestlé volvió a ser el primero en la clasificación *Tras la marca* de Oxfam, que evalúa a las diez primeras empresas de alimentos y bebidas del mundo en siete temas, como las mujeres en la cadena de suministro, los agricultores y los derechos agrarios.

91.612 millones
de CHF: total ventas del Grupo



1.000 millones
de raciones de productos Nestlé
son consumidos diariamente



4,1 millones
de familias se ganan la vida
con nosotros



339.000
empleados



Creación
de Valor
Compartido

16.000 millones
de CHF en salarios y cargas sociales



695.000
granjeros trabajan de forma
directa con Nestlé



442
fábricas a nivel mundial



2.859 millones
de CHF en impuestos pagados a
gobiernos en 2014



Nuestros compromisos

Nuestros compromisos están directamente relacionados con nuestros temas sustanciales (véase la página 43). Nos ayudan a mantener la mejora continua y permiten a los grupos de interés hacer un seguimiento del cumplimiento de las promesas de Nestlé. En algunos casos, el título de un compromiso se ha actualizado respecto al año anterior para aportar más claridad y transparencia, aunque la aspiración subyacente no ha cambiado.

Para más información sobre nuestras políticas y procedimientos, véase el informe completo en www.nestle.com/csv/downloads



Nutrición

Crear liderazgo en conocimientos de nutrición infantil

Liderar el sector en investigación sobre nutrición y salud mediante colaboraciones

Suministrar alimentos infantiles buenos y nutritivos

Ayudar a reducir el riesgo de desnutrición mediante enriquecimiento con micronutrientes

Reducir el sodio (sal) en nuestros productos

Reducir el azúcar en nuestros productos

Reducir las grasas saturadas y eliminar las grasas trans en nuestros productos²

Fomentar el consumo de cereales integrales y verduras

Ofrecer información y consejos nutricionales en todas nuestras etiquetas

Ofrecer orientación sobre las raciones a los consumidores

Fomentar dietas y estilos de vida saludables, incluida la actividad física

Promover una hidratación sana como parte de un estilo de vida saludable

Implementar programas de educación nutricional para promover prácticas de buena nutrición

Garantizar una comunicación dirigida a niños que cumpla la política de marketing responsable

Comercializar responsablemente los sucedáneos de la leche materna



Página 8



Desarrollo rural

Desplegar el Marco de Desarrollo Rural para comprender las necesidades de los agricultores

Implantar el abastecimiento responsable en nuestra cadena de suministro

Desplegar el *Nestlé Cocoa Plan* entre los cultivadores de cacao

Desplegar el *Nescafé Plan* entre los cultivadores de café



Página 19

² Este compromiso se refiere a las grasas trans originadas en aceites parcialmente hidrogenados en nuestros productos.



Agua

Trabajar para lograr la eficiencia hídrica en todas nuestras operaciones

Defender unas políticas y una gestión del agua eficaces

Tratar eficazmente el agua que desechamos

Colaborar con los proveedores, especialmente los agrícolas

Aumentar la conciencia en torno a la conservación del agua y mejorar el acceso al agua e infraestructuras sanitarias en toda nuestra cadena de valor



Sostenibilidad medioambiental

Mejorar el uso eficiente de los recursos en nuestras operaciones

Mejorar el rendimiento medioambiental en nuestros envases

Evaluar y reducir el impacto medioambiental de nuestros productos

Ofrecer liderazgo en cambio climático

Conservar el patrimonio natural, incluidos los bosques

Facilitar el diálogo y la información medioambiental relevante y precisa



Nuestros empleados, derechos humanos y cumplimiento

Evaluar y abordar cuestiones de derechos humanos en nuestras operaciones y cadenas de suministro
Eliminar el trabajo infantil en el cultivo de materias primas clave

Garantizar que todos los empleados y grupos de interés puedan informar fácilmente sobre posibles incumplimientos de normativas

Trabajar contra la corrupción y el soborno

Garantizar que todas las unidades de Nestlé cuenten con sistemas de protección de seguridad y salud para todos los empleados

Mejorar la igualdad de oportunidades de género

Ofrecer 20.000 oportunidades de empleo a gente joven de menos de 30 años en Nestlé en Europa

Proporcionar formación y educación a nuestros empleados sobre Creación de Valor Compartido (CVC), nutrición (Coeficiente Nutricional) y sostenibilidad medioambiental



Página 23




Página 28



Página 34

Nuestra aspiración es ser la empresa líder mundial en Nutrición, Salud y Bienestar. Nuestros compromisos globales sobre investigación, reformulación de productos e innovación, etiquetado nutricional, marketing responsable para niños y promoción de estilos de vida saludables contribuyen a garantizar la implementación efectiva.

 Nuestro propósito es cumplir nuestro compromiso al 31 de diciembre del año indicado respecto a todos los objetivos.

Nuestro compromiso

Crear liderazgo en conocimientos de nutrición infantil

Nuestro objetivo

Para 2016 – Lanzar proyectos de investigación a gran escala en al menos 10 países de todo el mundo, incluidos los EE.UU., México, China y Rusia, para ampliar la comprensión sobre la nutrición infantil e informar sobre el desarrollo de nuestros productos y servicios³.

Nuestros avances

Nuestro nuevo compromiso de llevar a cabo estudios en al menos 10 países, para comprender factores tales como la ingesta de nutrientes por los niños, los patrones de dieta infantil diaria y otros factores relacionados con el estilo de vida, se basa en el éxito del estudio *Nestlé Feeding Infants and Toddlers*, que se realizó anteriormente dos veces en los EE.UU. y se implementó, a distintas escalas, en otros cinco países. Ahora hemos iniciado una tercera ronda de investigación de campo en los EE.UU. y estamos analizando datos en México y China, donde también hemos estudiado la nutrición materna.

El estudio *Kids Nutrition and Health*, que analiza las dietas de niños de 4-12 años, ya está en marcha en los EE.UU., México y China. Colaboramos con grupos de interés en varios países para iniciar otros estudios. En 2014 presentamos los resultados de la investigación varios congresos internacionales y conferencias de profesionales de la salud, y reforzamos nuestro flujo de innovación de nuevos productos para responder a los resultados del análisis.

Nuestra perspectiva

Nuestro objetivo es proporcionar productos, información y educación que ayuden a los padres a asegurar el crecimiento y desarrollo saludables de sus hijos. Además de dietas y comportamientos equilibrados, nuestra investigación explora la dinámica familiar en torno a las dietas y modelos de estilo de vida esenciales de los niños documentando su altura y su peso. Utilizamos esos datos en nuestra formulación de productos, comunicación al consumidor y programas de educación.

Nuestra investigación y la colaboración con expertos locales de todo el mundo conllevan un enorme potencial de aprendizaje, pero también plantean grandes retos, como el de llegar a un conocimiento preciso de los hábitos dietéticos de los niños, por las dificultades de registro y su carácter potencialmente sensible. También seguimos compartiendo los resultados mediante el Nestlé Nutrition Institute, con más de 240.000 líderes de opinión de salud pública, organizaciones de terceros y pediatras, a fin de maximizar los beneficios de nuestra investigación.

Nuestro compromiso

Liderar el sector en investigación sobre nutrición y salud mediante colaboraciones

Nuestros objetivos

Para 2016 – Seguir desarrollando e integrando las capacidades en nutrición molecular y las estrategias clínicas del Instituto Nestlé de Ciencias de la Salud (NIHS) y de la Unidad de Desarrollo Clínico de Nestlé (CDU) para mejorar la gestión de enfermedades mediante soluciones de nutrición.

Para 2016 – Reenfocar el Centro de Investigación de Nestlé (NRC) en cinco plataformas clave con las que podamos aportar una diferencia positiva: Envejecimiento saludable; Placeres saludables; Primeros 1.000 días y Niños sanos; Nutrición sostenible; y Seguridad alimentaria e Integridad.

Nuestros avances

En enero de 2014, el Instituto Nestlé de Ciencias de la Salud (NIHS) firmó un acuerdo a largo plazo con la empresa estadounidense especializada en el desarrollo de tecnologías de células madre Cellular Dynamics International (CDI). El acuerdo dará acceso al Instituto a productos de células, obtenidos de células madre no embrionarias de adultos (iPSC)⁴, como apoyo a programas de mantenimiento de la salud y prevención de enfermedades tales como la diabetes y la obesidad.

También en 2014, Nestlé alcanzó una asociación estratégica con la Agencia de Ciencias, Tecnología e Investigación del Gobierno de Singapur, A*STAR, para implementar programas globales de investigación de ciencias y tecnología alimentarias.

Los equipos de investigación del NRC se centran actualmente en cinco programas: Seguridad alimentaria e Integridad; Primeros 1.000 días y Niños sanos; Envejecimiento saludable; Placer saludable, y Nutrición sostenible.

Al final de 2014, el NRC contaba con 33 ensayos clínicos en curso, 10 de ellos impulsados por el NRC y 23 por empresas de Nestlé y gestionados por NRC.

Nuestra perspectiva

Tenemos la responsabilidad de usar nuestro conocimiento y capacidad en I+D para dejar una huella positiva en la sociedad. Mediante la inversión en innovación y aprovechando avances científicos de primer orden, tratamos de forjar una nueva industria entre la alimentación y los productos farmacéuticos basada en terapias nutricionales inherentemente seguras y clínicamente probadas, que comporten beneficios en la calidad de vida y sean viables económicamente. Nestlé Health Science intenta hacer avanzar el papel de la terapia nutricional para cambiar el curso de la gestión de la salud de los consumidores, pacientes y nuestros socios del ámbito de la salud. No obstante, convertir la investigación científica en productos comercialmente viables es un proceso largo y complejo. Uno de los problemas se refiere a la definición de los alimentos médicos: alimentos específicamente formulados para la gestión de la dieta de pacientes con enfermedades que conllevan necesidades claramente nutricionales. Aún hay muchas cuestiones pendientes en torno a la definición de, alimentos médicos, como son la indicación de argumentos de los productos, el etiquetado y la comercialización.



Primer paso hacia las vitaminas a medida

Para entender las relaciones moleculares entre los nutrientes y sus efectos sobre pacientes en distintas fases de su vida, el Instituto Nestlé de Ciencias de la Salud (NIHS) y la Waters Corporation de Massachusetts (EE.UU.) están colaborando en un proyecto de investigación pionero que podría dar lugar a combinaciones vitamínicas adaptadas a necesidades individuales. La asociación trata de crear nuevas pruebas de medición de la cantidad de las vitaminas en los fluidos corporales, como la sangre y la orina. Estas herramientas pueden ayudar a definir y abordar las necesidades específicas de nutrientes de grupos e individuos.

3 Rusia ha sustituido a Francia como uno de los países del objetivo.

4 Nestlé no investiga con células madre embrionarias humanas.

Nuestro compromiso

Suministrar alimentos infantiles buenos y nutritivos

Nuestros objetivos

Para 2014 – El 100% de nuestros productos infantiles⁵ cumple los criterios de Nestlé Nutritional Foundation¹ para niños, basados en recomendaciones dietéticas y de la ciencia de la nutrición, como las publicadas por la OMS y el Institute of Medicine.

Para 2015 – Mantener que el 100% de nuestros productos infantiles⁵ cumpla todos los criterios de Nestlé Nutritional Foundation¹ para niños.

Nuestros avances

A finales de 2014, un 98%⁶ de nuestros productos infantiles cumplía todos los criterios de Nestlé Nutritional Foundation¹ para niños (2013: 96%). Seguimos trabajando con científicos de renombre para revisar la fortaleza y la amplitud de nuestros criterios de Nestlé Nutritional Foundation. Entre los productos reformulados en 2014 para cumplir los criterios se cuentan el postre cremoso *Milkybar* (reducción del 40% de grasas saturadas, lanzamiento en 2015); los polos *Pirulo* (reducción del 35% de azúcar); y el yogur *Mio* (reducción del 18% de azúcar).

Desde enero de 2015, todos nuestros productos infantiles se fabricarán cumpliendo nuestros criterios de Nestlé Nutritional Foundation.

Nuestra perspectiva

Nuestro objetivo es contribuir a mejorar el entorno alimentario de los niños evaluando todos los productos infantiles⁵ según recomendaciones sanitarias internacionales, como las de la OMS y el Institute of Medicine.

Fabricamos y vendemos productos en muchos países. Esto plantea retos tanto de nutrición y salud pública como los relativos a nuestro sistema de perfiles nutricionales. Otro problema importante que se nos plantea es reproducir y seguir el desarrollo de todas nuestras recetas en todo el mundo en un solo sistema de tecnología de la información. Nuestra cartera de productos seguirá evolucionando; dado que 1.000 millones de raciones de productos Nestlé son consumidos diariamente, la tarea será significativa y continua.



Reducir el azúcar en los productos en polvo de Nestlé Nesquik

Desde 2014, hemos reducido significativamente (1.200 toneladas) el azúcar de los productos en polvo de *Nesquik* para conseguir el estatus de Nestlé Nutrition Foundation, sin que por ello hayan dejado de ser los preferidos de los consumidores. El principal desafío fue reducir el contenido de azúcar y mantener una preferencia de sabor, lo que se logró sustituyendo el azúcar por cacao. El recorrido continúa en 2015 con nuevas soluciones técnicas disponibles que nos permiten realizar reducciones de azúcar aún más sustanciales.

Nuestro compromiso

Ayudar a reducir el riesgo de desnutrición mediante enriquecimiento con micronutrientes

Nuestros objetivos

Para 2016 – Alcanzaremos los 200.000 millones de raciones anuales de alimentos y bebidas enriquecidos con micronutrientes en todo el mundo, contribuyendo a abordar las deficiencias globales de micronutrientes con enfoque especial en los niños y las mujeres en edad reproductiva.

Para 2015 – Desarrollaremos cultivos bioenriquecidos y lanzaremos nuevos productos en mercados clave para ampliar nuestra cartera de productos enriquecidos y beneficiar a las comunidades rurales agrícolas.

Nuestros avances

En 2014 seguimos avanzando firmemente hacia nuestro objetivo, con 183.000 millones de raciones de alimentos enriquecidos en todo el mundo (2013: más de 167.000 millones). Ampliamos el alcance de nuestras categorías de productos para niños y mujeres en edad reproductiva, con cereales infantiles enriquecidos y leche de crecimiento.

Continuamos desarrollando y probando variedades bioenriquecidas de cultivos básicos en colaboración con institutos de investigación agrícola en varios países. El trabajo actual se centra en establecer cadenas de suministro para garantizar la disponibilidad suficiente de estos cultivos para cubrir la demanda. Nos hemos centrado en cuatro cultivos bioenriquecidos prometedores en 2014: maíz, trigo, batata y arroz.

Un **98%**⁶ de nuestros productos infantiles¹ cumple con los criterios de Nestlé Nutritional Foundation sobre sal



Nuestra perspectiva

Nestlé se compromete a ayudar a abordar las deficiencias de micronutrientes mediante el enriquecimiento de alimentos y bebidas asequibles y nutritivos. Desarrollar nuevas variedades de cultivos de alimentos básicos bioenriquecidos es una de las formas en las que podemos mejorar el contenido nutricional de nuestros productos y abordar al mismo tiempo las deficiencias de micronutrientes en las dietas de las comunidades locales. Pero este complejo proceso puede durar varios años, ya que las nuevas variedades de plantas deben ser probadas en cuanto a su rendimiento en distintas condiciones climáticas y a su resistencia a enfermedades, y sus características nutricionales tienen que validarse. Los nuevos cultivos deben ser aprobados para su uso por las autoridades gubernamentales correspondientes, y debe establecerse un suministro estable de semillas de alta calidad. Los agricultores pueden necesitar formación y apoyo para el éxito del cultivo. Identificar modos de medir el impacto de nuestros productos bioenriquecidos sigue siendo prioritario.

Nuestro compromiso

Reducir el sodio (sal) en nuestros productos

Nuestros objetivos

Para 2014 – El 100% de los productos infantiles⁵ cumplen los criterios de sodio de Nestlé Nutritional Foundation¹ para ayudar a promover la reducción de sal en las dietas infantiles.

Para 2016 – Reducir en otro 10% el contenido de sal de todos los productos relevantes que no se ajustan a los criterios de Nestlé Nutritional Foundation¹, asegurando una reducción de sal gradual incluso en las áreas más complicadas de nuestra cartera de productos.



Reducir la sal en la sopa de tomate con mozzarella

Reducimos un 34% el contenido de sal de nuestra Tomato Mozzarella Soup de Maggi, vendida en Alemania. Nuestro reto era reducir la sal sin afectar el sabor. Nuestros chefs de investigación y desarrollo seleccionaron y optimizaron los mejores ingredientes para reequilibrar el perfil de sabor. Además, lograron reducir el contenido de azúcar un 36% y el de grasas saturadas más de un 53%. La nueva receta obtuvo un 66/34 en el test de sabor de los consumidores: un 66% de las personas lo prefiere al de la competencia. El producto volverá a lanzarse en junio de 2015.

Nuestros avances

En 2014, un 98%⁶ de nuestros productos infantiles⁵ cumplía los criterios de sodio de Nestlé Nutritional Foundation¹ (2013: 96%).

Hemos evaluado toda nuestra cartera de productos según los criterios de sodio de Nestlé Nutritional Foundation y nuestra reducción total de sodio fue del 4,7%. Ahora estamos buscando posibles soluciones para los productos que no cumplen los estándares exigidos.

Ya hemos vuelto a lanzar una amplia gama de productos reducidos en sal, incluidos:

- Spaghetti Bolognese «Fix» de Maggi en Alemania (reducción de sodio del 17%);
- Juicy Chicken Garlic y Paprika de Maggi en Rusia (reducción de sodio del 12% y el 19%, respectivamente);
- la gama de sopas Maggi en Austria (reducción de sodio del 14,5%-22,5%); y
- la lasaña de verduras de Stouffer en los EE.UU. (reducción de sodio del 19%).

Nuestra perspectiva

El sodio es un mineral esencial, pero el exceso de sal en nuestra dieta procede de lo que se añade en la fabricación, al cocinarse o en la mesa. En 2013, nos comprometimos a acelerar la reducción de sal en todos nuestros productos de alimentación salados para respaldar el objetivo de sal de la OMS de no más de 5g de sal por persona y día para 2025. Sin embargo, reducir el contenido de sal de algunos productos plantea un problema técnico. Además de como condimento, la sal es importante para la conservación y la textura.

También tenemos que reducir el contenido de sal evitando que los consumidores la añadan ellos mismos o que elijan alternativas más saladas. Por ello, el enfoque debe ser gradual y aunar contenido más bajo en sal y combinaciones optimizadas de ingredientes para promover el sabor.

¹ Los criterios de Nestlé Nutritional Foundation se basan en las recomendaciones dietéticas de salud pública y de la ciencia de la nutrición, tales como las de la OMS, del Institute of Medicine y otras autoridades mundiales o locales. Nuestros productos se evalúan respecto a dichos criterios, usando el sistema de elaboración de perfiles nutricionales de Nestlé, que determina su valor nutricional y su ajuste a Nestlé Nutritional Foundation.

⁵ Productos para un sector de consumidores en el que un 50% o más son menores de 12 años, o que están diseñados o se perciben como diseñados para este grupo de edad.

⁶ Hemos identificado todos los productos en el 2% restante, los cuales se encuentran en fases distintas de aprobación y/o registro a nivel de mercado previas al lanzamiento del producto.



Nuestro compromiso

Reducir el azúcar en nuestros productos

Nuestros objetivos

Para 2015 – Reducir el contenido de azúcar en todas las raciones de marcas de cereales para el desayuno para niños⁵ y adolescentes⁸ hasta 9 g o menos por ración, para promover la reducción de azúcar en la dieta infantil.

Para 2016 – Reducir en otro 10% el contenido de azúcar de todos los productos que no se ajustan a los criterios de Nestlé Nutritional Foundation¹, para garantizar una mejora continua incluso en las áreas más complicadas de nuestra cartera de productos.

Nuestros avances

A finales de 2014, un 98%⁶ de nuestros productos infantiles⁵ cumplía los criterios de azúcar de Nestlé Nutritional Foundation¹ (2013: 96%).

Estamos reduciendo el contenido total de azúcar por ración en 9 g (o menos) en marcas de cereales de desayuno como *Nesquik*, *Chocapic*, *Honey Cheerios*, *Lion* y *Milo*, y en más de 15 marcas adicionales de cereales de desayuno de Nestlé. Ya hemos relanzado otros productos con contenido de azúcar reducido, como:

- Gama global de productos *Nesquik* en polvo (reducción de azúcar en 1.200 toneladas – véase la pág. 10);
- Té helado *Belte* en Italia (reducción de calorías del 18%).

Nuestra perspectiva

Las autoridades sanitarias recomiendan que se reduzca la ingesta de azúcares añadidos porque, en muchos países, los niveles amenazan con sustituir a otros alimentos e ingredientes esenciales y nutritivos. Sabemos que puede ser todo un reto conseguir que los niños tomen un desayuno equilibrado (o incluso que desayunen), por lo que adoptamos un enfoque gradual en la reducción de azúcar para que las preferencias de sabor vayan adaptándose a largo plazo. A veces, reducir el azúcar sin que esto afecte al sabor, la textura, la estructura, el color y las propiedades de conservación es realmente difícil. Algunos productos, como la leche condensada, tienen que cumplir requisitos de composición establecidos legalmente. En estos casos estamos trabajando para mejorar el etiquetado nutricional y la orientación sobre raciones.

Nuestro compromiso

Reducir las grasas saturadas y eliminar las grasas trans en nuestros productos²

Nuestros objetivos

Para 2014 – El 100% de los productos infantiles⁵ cumple los criterios de grasas saturadas de Nestlé Nutritional Foundation¹, lo que ayuda a promover la reducción de grasas saturadas en las dietas infantiles.

Para 2016 – Reduiremos en otro 10% el contenido de grasas saturadas de todos los productos relevantes que no se ajustan a los criterios de Nestlé Nutritional Foundation¹ y eliminaremos las grasas trans originadas a partir de aceites parcialmente hidrogenados (PHO), para garantizar una mejora continua incluso en las áreas más complicadas de nuestra cartera de productos.

Nuestros avances

A finales de 2014, un 98%⁶ de nuestros productos infantiles⁵ cumplía los criterios de grasas saturadas de Nestlé Nutritional Foundation¹ (2013: 96%).

En total, cerca del 10% de nuestros productos aún no se ajusta a los criterios de Nestlé Nutritional Foundation respecto a las grasas saturadas. Ahora estamos trabajando para identificar soluciones para algunos de estos productos.

En 2014, reforzamos nuestra política para eliminar todas las grasas trans originadas a partir de aceites parcialmente hidrogenados en nuestros alimentos y bebidas. El 96% de nuestros productos de alimentación y bebidas ahora satisfacen la Política de grasas trans de Nestlé.

Hemos relanzado otros productos con niveles reducidos de grasas saturadas, como:

- Bouillon en Polonia (reducción del 13%);
- Herb Sauce en Alemania (reducción del 33%);
- Onion Soup en Francia (reducción del 80%); y
- *Uncle Toby's Le Snak* en Australia (reducción del 34%).

Nuestra perspectiva

Las grasas dietéticas son parte importante de una dieta equilibrada y saludable, pero un exceso de grasas saturadas plantea un riesgo considerable de enfermedades no contagiosas, como las enfermedades cardiovasculares. En algunos productos es muy complicado reducir las grasas saturadas sin afectar a la salubridad, la textura y el sabor.

1 Los criterios de Nestlé Nutritional Foundation se basan en las recomendaciones dietéticas de salud pública y de la ciencia de la nutrición, tales como las de la OMS, del Institute of Medicine y otras autoridades mundiales o locales. Nuestros productos se evalúan respecto a dichos criterios, usando el sistema de elaboración de perfiles nutricionales de Nestlé, que determina su valor nutricional y su ajuste a Nestlé Nutritional Foundation.

2 Este compromiso se refiere a las grasas trans originadas en aceites parcialmente hidrogenados en nuestros productos.

5 Productos para un sector de consumidores en el que un 50% o más son menores de 12 años, o que están diseñados o se perciben como diseñados para este grupo de edad.

6 Hemos identificado todos los productos en el 2% restante, los cuales se encuentran en fases distintas de aprobación y/o registro a nivel de mercado previas al lanzamiento del producto.

8 Productos para un sector de consumidores en el que un 50% o más son menores de 18 años, y entre los que hay más adolescentes que niños.

Se proporciona información de producto con nuestra tecnología de escaneo de código QR en **31** marcas de Nestlé en **43 países**



Las grasas trans se encuentran naturalmente en alimentos como la leche y la carne, pero la mayoría de los ingeridos en la dieta humana proceden de alimentos que contienen aceites parcialmente hidrogenados, como la bollería y los aperitivos salados. Nuestro objetivo es completar la reducción de todas las grasas trans originadas en aceites parcialmente hidrogenados. Estamos trabajando intensamente con proveedores para obtener y desarrollar los nuevos ingredientes que necesitamos.



Eliminar las grasas trans de *Coffee-Mate*

En 2014, nuestro Centro de Tecnología de Productos más importante cuestionó con éxito las antiguas creencias sobre la estabilidad del aceite reformulando la receta de *Coffee-Mate* líquido. En colaboración con nuestro proveedor, conseguimos sustituir el aceite parcialmente hidrogenado de soja/semilla de algodón por un aceite de soja de alto contenido en ácido oleico. Es la primera vez que este nuevo tipo de aceite se cultiva a gran escala y se industrializa con éxito para satisfacer nuestros requisitos de calidad. El resultado: la sustitución ya finalizada de 16.000 toneladas de aceite parcialmente hidrogenado al año y eliminación de 6.000 toneladas de grasas trans en nuestro producto en 2014. Se consiguió sin afectar al sabor ni a la aceptación del consumidor y sin aumentar el contenido de grasas saturadas. En 2015 se sustituirán 26.000 toneladas de aceites y se eliminarán 10.000 toneladas de ácidos grasos trans puros. El proceso de sustitución y eliminación finalizará en septiembre de 2015.

Nuestro compromiso

Fomentar el consumo de cereales integrales y verduras

Nuestros objetivos

Para 2015 – Para garantizar un alto contenido nutricional, habrá más grano integral que otros ingredientes en todas las raciones de cereales para el desayuno de niños⁵ y adolescentes⁸.

Para 2015 – El Programa de clases de cocina *Maggi* estará en marcha en 30 países, para promover que se cocine con grano integral y verduras.

Para 2015 – El 90% de la cartera de productos *Maggi* de todo el mundo promoverá la cocina casera y las comidas con verduras.

Nuestros avances

Hemos introducido más grano integral que ningún otro ingrediente en al menos un 95% de nuestras raciones de cereales para el desayuno de niños⁵ y adolescentes⁸ (2013: 74%) y nos hemos comprometido a incluir grano integral como el ingrediente principal del 100% de estos productos para 2015. Hoy día, ayudamos a los consumidores a identificar las opciones de cereales con más de 8g de grano integral por ración, según se indica en el empaquetado con la Banda Verde.

A finales de 2014, nuestro Programa de clases de cocina *Maggi* se desarrollaba en 20 países (2013: 16). Hasta la fecha, el 73% de la cartera de productos *Maggi* promueve la cocina casera y las comidas con verduras mediante el material promocional y el envase (2013: 68%).

Nuestra perspectiva

Los cereales integrales y las verduras son básicos en una dieta saludable, pero muchas personas no consumen cantidades suficientes. Las pruebas demuestran que 9 de cada 10 personas no alcanzan el nivel de consumo recomendado. Por ello, utilizamos grano integral en nuestros cereales para el desayuno, y nuestros programas de innovación y renovación tratan de incrementar el contenido de grano integral en nuestras recetas. El avance ha sido progresivo; sin embargo, como el aumento de grano integral afecta desde el sabor y la textura hasta la fecha de caducidad, procedemos con cuidado para conseguir una mejora gradual y duradera. Somos optimistas en cuanto a que, para final de 2015, todos nuestros cereales para el desayuno de niños⁵ o adolescentes⁸ incorporarán más grano integral. Nuestro reto al promover el consumo de verduras reside en la dificultad de comprobar si nuestros esfuerzos se traducen en cambios de comportamiento en nuestros consumidores a largo plazo.

Nuestro compromiso

Ofrecer información y consejos nutricionales en todas nuestras etiquetas

Nuestros objetivos

Para 2016 – Todos nuestros productos alimenticios y bebidas relevantes⁹ tendrán etiquetas CDO (Cantidad Diaria Orientativa) en el frontal del envase para informar a los consumidores de su contenido nutricional.

Para 2016 – Introduciremos etiquetas CDO, basadas en valores de referencia infantiles para todos los productos diseñados para niños⁵ (donde la legislación lo permita), para ayudar a los padres a hacer mejores elecciones nutricionales para sus hijos.

Para 2016 – Hacer más accesible la información facilitando información adicional sobre el producto y consejos nutricionales en el envase, a través de códigos de Respuesta Rápida (QR) para smartphones.

Más allá de la etiqueta

Los informes de los medios, el año pasado, preveían que en 2014 los usuarios de teléfonos en la India y China comprarían más de 500 millones de smartphones, y que la India sería el segundo mayor país en smartphones del mundo. Queremos que la información nutricional sea más accesible a nuestros consumidores, y para ello nuestra marca *Maggi* utiliza códigos de QR para smartphones en la India. Sopas *Maggi* ha lanzado un micrositio (accesible al escanear los códigos QR del envase con un smartphone) que contiene consejos sobre raciones y consumo de verduras.

Nuestros avances

Tras implantar de forma generalizada en Europa la información nutricional basada en la CDO en nuestros productos, extendemos ahora nuestro enfoque a los demás continentes. A finales de 2014, el 79,7% de nuestros productos relevantes⁷ recogía en el frontal del envase etiquetas CDO (2013: 53,5%). El 62,7% de los productos infantiles relevantes utilizan orientaciones nutricionales de referencia para niños, allí donde la legislación lo permite.

Actualmente proporcionamos información de producto en más de 2.000 sitios web de productos¹⁰ que abarcan un total de 31 marcas en 43 países, especialmente marcas infantiles y familiares.

Nuestra perspectiva

Promovemos el etiquetado basado en CDO para informar al consumidor sobre calorías, azúcares, grasas y otros nutrientes, y su comparación con directrices de referencia sobre cantidades diarias. Creemos que es necesario facilitar porcentajes de CDO basados en raciones razonables, más que en la cantidad de 100g (más abstracta).

Las dificultades de CDO incluyen la normativa sobre etiquetado de productos. Creemos que es posible capacitar a los consumidores para que tomen decisiones informadas y, hasta donde se nos ha permitido, hemos empezado a relanzar nuestros productos infantiles⁵ añadiendo información de CDO ajustada a la audiencia objetivo. Cuando no lo es, trabajamos con autoridades, expertos en nutrición y órganos de la industria para promover las ventajas de CDO y enfocar la atención en la educación y el compromiso de los consumidores.

Nuestro compromiso

Ofrecer orientación sobre las raciones a los consumidores

Nuestro objetivo

Para 2015 – Proporcionar orientación sobre raciones en todos los productos infantiles⁵ y familiares⁸ para fomentar un consumo de raciones saludable.

Nuestros avances

A finales de 2014, proporcionábamos orientación específica sobre raciones de aproximadamente un 30,2% de nuestra cartera de productos infantiles⁵ y familiares⁸.



Orientación sobre las raciones:

Pizza Portion Guide de Nestlé facilita información nutricional e ideas para incluir la pizza en una dieta equilibrada.

- 5 Productos para un sector de consumidores en el que un 50% o más son menores de 12 años, o que están diseñados o se perciben como diseñados para este grupo de edad.
- 7 Productos relevantes excluye las exenciones (Nestlé Nutrition, Nestlé Health Science, Nestlé Professional, Nestlé Purina PetCare, agua/café/té puro, alta repostería, libre dosificación culinaria y condimentos de mesa, y productos diseñados para niños de menos de cuatro años, ya que se aplican otras consideraciones pertinentes) y los casos en los que las regulaciones no se permiten.
- 8 Productos para un sector de consumidores en el que un 50% o más son menores de 18 años, y entre los que hay más adolescentes que niños.
- 9 Productos de uso diario significativo por humanos (no mascotas) que aportan calorías, y con una superficie en el envase suficiente para contener una etiqueta CDO.
- 10 En 2014, la información en los sitios web de productos se estructuró por líneas de productos para aumentar la solidez de la medición.
- 11 Nuestra información sobre raciones aparece en mayúscula en los envases para orientar y motivar al consumidor (en lugar de una simple descripción del contenido de las raciones).

Nuestro programa mundial *Nestlé Healthy Kids* llegó a **más de 7,6 millones** de niños de **73 países** en 2014



Nuestro compromiso

Nuestra perspectiva

Nestlé Portion Guidance¹¹ es una iniciativa voluntaria que supera la brecha entre recomendaciones de dieta e información más comprensible por el usuario para promover la conciencia del tamaño adecuado de las raciones. La iniciativa se diseñó para contribuir a dar una nueva forma a las normas sobre raciones, especialmente en categorías de densidad energética en las que las raciones habituales han ido aumentando con el tiempo. Al facilitar orientación sobre raciones en el envase, tratamos de ayudar a los consumidores a hacer elecciones intuitivas sobre raciones en cuanto a tamaño y cantidad.

La orientación sobre cantidad es una cuestión compleja que conlleva dificultades diversas y que requiere soluciones innovadoras y la colaboración entre expertos en nutrición, salud e industria. También comporta retos relacionados con la percepción. Entre nuestros propios empleados, animar a los consumidores a adoptar tamaños más pequeños de producto puede suponer un cambio cultural que requiere tiempo. Y, con nuestros grupos de interés, es necesario generar confianza y comprensión sobre nuestros motivos para liderar al sector en la promoción de raciones más saludables.

Fomentar dietas y estilos de vida saludables, incluida la actividad física

Nuestro objetivo

Para 2015 – El programa mundial *Nestlé Healthy Kids* estará en marcha en 80 países, con la activación del programa de Atletismo infantil de la Asociación Internacional de Federaciones de Atletismo (IAAF) para mejorar la Nutrición, la Salud y el Bienestar de los niños de todo el mundo.

Nuestros avances

A finales de 2014 estábamos trabajando activamente con 294 socios de 73 países para llevar a cabo nuestro programa mundial *Nestlé Healthy Kids* (2013: 68 países). 67 de un total de 77 programas *Nestlé Healthy Kids* contienen un componente de actividad física para el que nuestro socio principal es la IAAF (véase caso de estudio). Hemos llegado a más de 7,6 millones de niños solo en 2014 (2013: 6,9 millones).

Nuestra perspectiva

Impulsar un cambio de comportamiento respecto a las dietas y un estilo de vida más saludable supone un reto global. Nestlé se compromete a promover la importancia de una dieta equilibrada y actividad física regular entre los jóvenes. Respaldamos iniciativas que demuestren que la dieta y el ejercicio pueden mejorar la salud y el bienestar, y estamos desarrollando iniciativas de impacto, basadas en evidencias, que contribuyen a la salud de las comunidades escolares locales.

Medir el éxito a largo plazo de nuestro programa global *Nestlé Healthy Kids* es una de las prioridades clave, y a veces todo un reto. El éxito sostenido es un reto por sí mismo, ya que depende de colaboraciones de calidad y de la capacidad del sistema educativo para formar a los escolares en nutrición y actividad física. Nestlé tiene el compromiso de ayudar a las autoridades de todo el mundo a garantizar que los niños adopten hábitos de nutrición y actividad física saludables, que son importantes para su desarrollo y su capacidad de aprendizaje. Junto con nuestros socios, tenemos que seguir abogando por enfoques escolares integrales en los que la nutrición y la salud se consideren una parte importante del desarrollo infantil.



Apoyo al atletismo infantil en Australia

En abril de 2014, Athletics Australia lanzó *Healthy Active Kids' Athletics* de Nestlé de la Asociación Internacional de Federaciones de Atletismo (IAAF) para promover la participación de los jóvenes. El programa piloto se ofrece a niños australianos a través del sistema nacional de atención post-escolar, y más de 100 niños acudieron a una clínica deportiva organizada por grandes deportistas australianos y americanos para el lanzamiento del programa.

Nuestro compromiso

Promover una hidratación sana como parte de un estilo de vida saludable

Nuestro objetivo

Para 2014 – Seguir implementando nuestro programa de concienciación sobre una hidratación sana entre profesionales de la salud, cuidadores y padres en todo el mundo, proporcionando una mejor comprensión de las ventajas del agua como elemento clave de una hidratación saludable.

Nuestros avances

En 2014 analizamos los datos de un sondeo de nutrición nacional realizado en México para calcular la ingesta total de agua en niños de 1 a 18 años. El trabajo, publicado en una revista especializada, demostró que los niños no cubren las necesidades de agua diarias recomendadas por el Institute of Medicine. Estamos en vías de publicar un estudio similar llevado a cabo en Egipto.

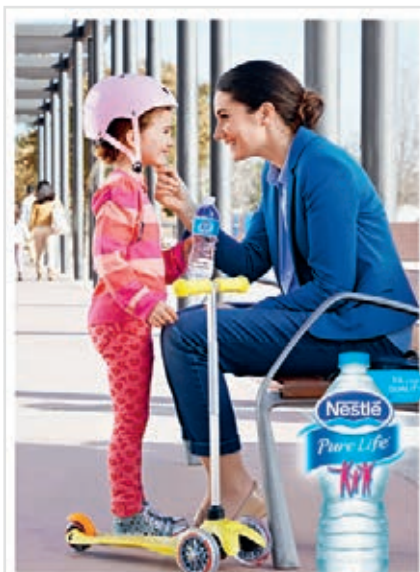
Continuamos aumentando la conciencia sobre la hidratación saludable, especialmente en campañas en los EE.UU. y Turquía. La hidratación saludable es ahora parte integral del programa mundial *Healthy Kids* de Nestlé, y Nestlé Waters ha ampliado el alcance de los módulos del Proyecto WET (un programa global de educación sobre el agua) sobre hidratación saludable mediante programas nacionales en Nigeria, Jordania y China, y eventos organizados en todo el mundo en el Día Mundial del Agua. En 2014, nuestros eventos del Día Mundial del Agua educaron a 20.000 niños sobre las ventajas de una hidratación saludable.

Nuestro compromiso para promover una hidratación sana como parte de un estilo de vida saludable es un esfuerzo constante. Después de cumplir nuestros objetivos para 2014, estamos trabajando con nuestros mercados y grupos de interés para establecer objetivos para 2015 y más allá, que se comunicarán en el informe del próximo año.

Nuestra perspectiva

Lo que bebemos es tan importante para llevar un estilo de vida saludable como lo que comemos y la frecuencia con que hacemos ejercicio. El agua, ya sea embotellada o del grifo, debería ser la forma preferida de hidratación diaria, ya que no añade calorías a la dieta. Creemos que los hábitos de hidratación saludable empiezan pronto, pero nuestros estudios en cuatro

países han demostrado que dos tercios de los niños están insuficientemente hidratados cuando llegan a ir al colegio. Proporcionamos a los grupos de interés de la salud infantil, incluidos profesores, padres y educadores, las herramientas y la información que necesitan para garantizar que los niños aprendan sobre las ventajas de una hidratación sana.



Carrying on the love of water to the next generation.

Drink Better. Live Better.

Drink Better. Live Better. con Nestlé Waters

Nestlé Waters apoya la iniciativa *Partnership for Healthier America's Drink Up*, un programa que anima a la gente a beber más agua. *Nestlé Pure Life* comunicó esta asociación en productos de agua embotellada, camiones, espacios publicitarios y conversaciones en medios sociales con audiencias tanto inglesas como españolas. Nestlé Waters también lanzó *Drink Better. Live Better.*, un programa que hace más divertido beber agua para las familias mediante el canje de los puntos recogidos por distintas recompensas.

Nuestro compromiso

Implementar programas de educación nutricional para promover prácticas de buena nutrición

Nuestros objetivos

Contribuir a la orientación de padres y educadores para criar niños más sanos, y ayudar a los profesionales de la salud a ejercer un mayor impacto en los aspectos nutricionales del cuidado de las generaciones futuras.

En marcha – Ofrecer servicios de educación sobre nutrición y programas para profesionales de la salud que aborden problemas globales de desnutrición y sobrealimentación (Nestlé Nutrition Institute).

En marcha – Proporcionar educación nutricional práctica basada en la ciencia para padres y educadores centrada en la importancia de los 1.000 primeros días (desde la concepción hasta el segundo cumpleaños del niño), incluida la nutrición materna durante el embarazo, y promoviendo la lactancia materna como el mejor inicio en la vida (*Start Healthy Stay Healthy* de Nestlé).

Para 2015 – Nestlé Nutrition Institute llegará a más de un millón de profesionales de la salud mediante sus servicios educativos *on line* en nueve idiomas.

Para 2015 – *Start Healthy Stay Healthy* de Nestlé llegará a más de cinco millones de madres y cuidadores de todo el mundo con servicios de educación sobre nutrición plurilingües *on line*.

Nuestros avances

El Nestlé Nutrition Institute (NNI) ofrece servicios de educación a profesionales de la salud en 195 países. Más de 243.000 profesionales de la salud están inscritos como miembros de su sitio web educativo. Como mayor editor privado del mundo de información nutricional, el NNI ofrece más de 3.000 publicaciones que los miembros del sitio web pueden descargar gratuitamente. Desde su creación en 1981, el NNI ha realizado 85 talleres internacionales de nutrición, más de 700 conferencias *on line* y concedido 8-10 becas académicas de postgrado anuales a médicos jóvenes de regiones en desarrollo. En 2014, con la emisión de talleres del NNI en directo por internet, el número de profesionales de la salud asistentes fue diez veces superior al de los años anteriores.

Start Healthy Stay Healthy de Nestlé es nuestro nuevo programa educativo basado

en la ciencia y diseñado para ayudar a madres y cuidadores a proporcionar una nutrición adecuada, desde el punto de vista nutricional, en los 1.000 primeros días de vida, que son cruciales para el desarrollo del bebé.

Nuestra perspectiva

Nestlé considera que es su responsabilidad compartir sus conocimientos y experiencia en nutrición y su profundo entendimiento del consumidor en beneficio de la sociedad. Nuestro enfoque se centra en promover una mejor salud en los 1.000 primeros días de vida. La mala nutrición materna afecta al crecimiento del feto y a sus funciones cognitivas, y aumenta la morbilidad y la mortalidad infantil. Los niños que sufren desnutrición en sus primeros años no desarrollan totalmente su potencial físico y cognitivo, y corren un riesgo mayor de tener mala salud a lo largo de su vida. Nuestros programas educativos se dirigen a las personas que más intervienen en la implantación de buenas prácticas en los 1.000 primeros días, para ayudar a padres y cuidadores a criar niños más sanos y a los profesionales de la salud a ejercer más impacto en los aspectos nutricionales de las generaciones futuras. Uno de los retos que se nos plantean en este objetivo es superar la percepción de conflicto de intereses sobre nuestro compromiso con las comunidades científicas y de salud pública. Abordamos este reto manteniendo el máximo nivel de transparencia, rigor científico y normas éticas en la colaboración, realización y divulgación de las investigaciones científicas y los programas educativos.

ESPHGAN llega a África

Para maximizar el alcance de nuestros programas en beneficio de comunidades de todo el mundo, Nestlé apoya a la Sociedad Europea de Gastroenterología, Hepatología y Nutrición Pediátrica (ESPHGAN) con una beca de formación para la organización de un curso con diploma de gastroenterología y nutrición para pediatras en África. 87 médicos de 18 países africanos han sido formados desde 2012, y 30 más lo harán en 2015. Nuestro propósito es generar una masa crítica de pediatras formados en gastroenterología y nutrición que a su vez puedan trasladar a otros sus conocimientos.

Nuestro compromiso

Garantizar una comunicación dirigida a niños que cumpla la política de marketing responsable

Nuestro objetivo

Para 2015 – Implementar una Política reforzada de comunicación de marketing dirigida a niños.

Nuestros avances

Garantizamos el cumplimiento global de las normas de publicidad y comercialización responsable para niños, desde la implementación en 2002 de nuestros Principios Empresariales de Comunicación y comunicación de marketing para niños en 2008. Acatamos compromisos externos como los de la IFBA¹², el Compromiso de la UE y de la Política de compromisos locales. En 2014, un 97,2% de la publicidad televisiva de Nestlé dirigida a niños de menos de 12 años cumplía con las políticas de marketing responsable¹³ (2013: 98,3%).

Nuestra Política de marketing dirigido a niños declara que eludimos comunicaciones de marketing directo dirigidas a niños de menos de seis años. Desde diciembre de 2015, las comunicaciones de marketing directo a niños de 6 a 12 años solo pueden hacerse con productos que cumplan los criterios de nutrición del Compromiso de la UE o el estatus de Nestlé Nutritional Foundation cuando no existan criterios específicos conforme al Compromiso de la UE. Con independencia de si cumplen los criterios, no dirigimos comunicaciones de marketing de galletas, productos de confitería con azúcar y productos de confitería con chocolate a niños¹⁴. Los canales cubiertos por esta Política incluyen la televisión, la radio, la prensa escrita, el cine, los medios digitales, el móvil, los juegos, el marketing relacional, el marketing viral, las apps, el correo electrónico/SMS, los sitios web propiedad de Nestlé, las publicaciones complementarias, las promociones, los concursos, los patrocinios de productos, los eventos y las muestras. Con la nueva política hemos desarrollado un conjunto de criterios de calidad para definir el «atractivo» de las comunicaciones de marketing dirigidas a niños de menos de 12 años.

Para asegurar una implementación coherente y efectiva, se han desarrollado directrices internas detalladas y se anima a los grupos de interés externos a que nos envíen sus comentarios mediante nuestro mecanismo de información «Tell us» (véase la página 37).

Nuestra perspectiva

Estamos eliminando nuestras comunicaciones de marketing en colegios y reforzando nuestras actividades de educación y bienestar, especialmente las que afectan al desarrollo infantil y apoyan los objetivos gubernamentales de aumentar la actividad física, como los programas *Nestlé Milo*.

12 Política mundial sobre publicidad de la IFBA y Comunicaciones de marketing dirigidas a niños.

13 El porcentaje refleja el cumplimiento anual de Nestlé del umbral más estricto de audiencia infantil del 35% redefinido en septiembre de 2011.

14 La comunicación de marketing se entenderá dirigida a niños de entre 6 y 12 años si el 35% o más del público del canal utilizado lo conforma dicho grupo de edad. Además, tendremos en cuenta el emplazamiento de productos, el contenido y la impresión general de la comunicación de marketing.

Nuestro compromiso

Comercializar responsablemente los sucedáneos de la leche materna

Nuestros objetivos

En marcha – Como parte de nuestros constantes esfuerzos por promover una buena nutrición en los primeros 1.000 días de vida y apoyar la lactancia materna, informamos públicamente de nuestros avances respecto a la comercialización responsable de sucedáneos de leche materna.

Para 2014 – Garantizar que nuestro negocio recién adquirido de preparados para lactantes Wyeth Nutrition cumple los criterios del índice FTSE4Good.

Para 2015 – Continuar reforzando nuestras prácticas para garantizar que tanto Nestlé Infant Nutrition como Wyeth Infant Nutrition cumplen sistemáticamente los criterios sobre sucedáneos de leche materna.

Nuestros avances

Desde 2011 somos una de las empresas del índice FTSE4Good, el único índice de inversión responsable del mundo con criterios claros sobre comercialización de

sucedáneos de la leche materna hasta los 12 meses de edad en 152 países de alto riesgo. Las políticas y los procedimientos aplicados por el negocio Wyeth Infant Nutrition son ya conformes a los requisitos recogidos en los Criterios de Comercialización de Sucédáneos de Leche Materna del FTSE4Good.

En 2014, nuestras prácticas fueron auditadas en 50 países por auditores internos y en seis países por auditores externos¹⁵.

A la vista de estas recomendaciones y de las de años anteriores, hemos reforzado la formación de terceros distribuidores y los requisitos que estos deben cumplir, a fin de cumplir con la legislación nacional y la «Política e instrucciones de Nestlé sobre implantación del Código de la OMS». También hemos mejorado nuestros sistemas para que, fundamentalmente los grupos de interés externos, nos hagan llegar sus preocupaciones a través del sistema «Tell us» (véase página 37).

Nuestra perspectiva

Creemos que la leche materna es el mejor alimento para los bebés, y por lo tanto la promovemos. No obstante, son muchas las barreras que siguen obstaculizando la lactancia. Cuando, al consultar a sus

profesionales de salud, madres y familias deciden que no es posible una lactancia óptima, los preparados para lactantes (únicos sucedáneos de la leche materna reconocidos por la OMS) son básicos para proporcionar a los niños nutrientes esenciales. Estamos comprometidos con los estándares más elevados de comercialización responsable de sucedáneos de leche materna y cumplimos el Código de la OMS adoptado por los gobiernos nacionales, así como la «Política e instrucciones de Nestlé sobre implantación del Código de la OMS». Nos aseguramos de aplicar las políticas y los sistemas más rigurosos para controlar nuestras prácticas. En nuestro constante esfuerzo por mejorar, animamos a los grupos de interés a hacernos llegar sus comentarios. En 2015 proseguiremos con nuestro trabajo para crear un entorno favorable para nuestros empleados que crían a sus hijos con leche materna. También seguiremos trabajando con interlocutores clave para aumentar la colaboración, fomentar la conducta responsable y establecer un proceso aceptado para evaluar la comercialización de sucedáneos de la leche materna.



Los Superbabies cantan las ventajas de la lactancia en la India


Durante la Semana Mundial de la Lactancia de agosto de 2014, Nestlé India lanzó una campaña en las redes sociales para concienciar sobre la importancia de la lactancia. La campaña de 2014, que mostraba a los Superbabies cantando rap, pretendía superar el medio millón de compromisos del año anterior recabando adhesiones públicas y celebrando debates sobre las ventajas de la lactancia para involucrar al público en general. A finales de 2014, el vídeo de los Superbabies se había visto más de dos millones de veces.

¹⁵ Siguiendo las prácticas empresariales existentes, las auditorías internas de los negocios recién adquiridos se pospusieron ligeramente tras la adquisición para dar tiempo a la integración de políticas y prácticas. Wyeth Nutrition se incluirá en el ciclo de auditoría estándar junto con el negocio iniciado a partir de 2015.



Desarrollo rural

Es crucial mantener un suministro de ingredientes seguro a largo plazo para nuestros productos, y queremos asegurarnos de que esos ingredientes se producen de forma responsable. Entendiendo dónde y cuándo se producen las materias primas y alineando nuestras actividades comerciales con las prioridades locales, podemos contribuir en cuestiones importantes como el desarrollo rural, la eliminación del trabajo infantil y la promoción de mejores prácticas agrícolas.

 Nuestro propósito es cumplir nuestro compromiso al 31 de diciembre del año indicado respecto a todos los objetivos.

16 Creado con el objetivo de agrupar nuestras actividades de desarrollo rural, el marco –respaldado por nuestro Compromiso con el Desarrollo Rural– consta de tres pilares sustentados en la alineación, la colaboración y el apoyo: prosperidad para los granjeros; trabajadores productivos y respetados; y comunidades prósperas.

Nuestro compromiso

Desplegar el Marco de Desarrollo Rural para comprender las necesidades de los agricultores

Nuestro objetivo

El Marco de Desarrollo Rural de Nestlé¹⁶ nos ayuda a identificar las necesidades de los agricultores y de las comunidades agrícolas y, por tanto, a dirigir mejor nuestras inversiones.

Para 2015 – Seguir elaborando evaluaciones de referencia en países de importancia estratégica para nuestro negocio que presentan necesidades sociales apremiantes, para poder alinear mejor nuestras actividades y las prioridades de las comunidades locales.

Nuestros avances

En 2013 introdujimos el Marco de Desarrollo Rural en nuestros programas de café en China y Vietnam, y en el abastecimiento de café, cacao y mandioca en Costa de Marfil. Hacerlo conllevó evaluaciones de referencia para comprender las condiciones actuales y diseñar intervenciones adecuadas. Entre los resultados, publicados en julio de 2014, se incluyen una mala gestión de los recursos y el acceso variable a agua potable, a instalaciones sanitarias y a la nutrición. En ciertos casos aparecieron cuestiones relacionadas con titularidad de las tierras, el estatus de las mujeres y conocimientos de agronomía.

Tras recibir comentarios de grupos de interés respecto a nuestro enfoque sobre los derechos humanos y el desarrollo rural en abril de 2014, lo ajustamos y empezamos a trabajar en México, Colombia, Kenia, Etiopía, Indonesia y Filipinas. Algunos hallazgos ya se han incorporado a los planes de negocio por países, mientras que otros aún necesitan debatirse con socios, comunidades y agencias gubernamentales para ajustar nuestros esfuerzos y evitar duplicidades.

Nuestra perspectiva

La participación de Nestlé en comunidades rurales de todo el mundo es enorme; nos abastecemos de materias primas agrícolas de millones de agricultores a escala mundial. Esos agricultores son esenciales para que el éxito de nuestro negocio continúe, pero la población agrícola global envejece y muchas personas emigran a zonas urbanas. El Marco de Desarrollo Rural de Nestlé contribuye a alinear nuestras actividades comerciales y las prioridades

de desarrollo local. Además de ayudar a los agricultores a acceder a financiación, nuestro modelo de «agricultor emprendedor» proporciona un flujo de formación para el desarrollo de las capacidades de los agricultores.

Sin embargo, hacer de las zonas rurales lugares atractivos para vivir, trabajar e invertir no depende solo de nuestra cadena de suministro. Las poblaciones rurales necesitan acceder a energía limpia, banca y finanzas, salud, telecomunicaciones y otras infraestructuras. Estamos trabajando con el Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible (WBCSD) y sus empresas miembros para decidir cómo los distintos sectores pueden aunar esfuerzos al invertir en las zonas rurales. También sabemos que, para muchas comunidades, el estatus nutricional continúa siendo un problema crítico. En este momento, es posible que nuestro Marco de Desarrollo Rural aún no aborde este aspecto de forma suficiente.

Desarrollar el sector de las granjas lecheras en China

Nestlé construyó su fábrica de Shuangcheng (China) en 1987. En 2012, reconociendo la necesidad de mejorar la sostenibilidad de nuestra cadena de suministro de leche, nos comprometimos a crear el Instituto de Granjas Lecheras de Nestlé. Ayudar a los granjeros a aumentar sus conocimientos y capacidades es una de las claves de nuestra estrategia de desarrollo rural. Al adoptar las mejores prácticas, los granjeros consiguen aumentar la productividad, las relaciones comerciales y el control de costes. El Instituto consta de tres granjas lecheras de demostración en las que propietarios y trabajadores de granjas asisten a sesiones de formación para mejorar sus habilidades de gestión de la granja, aprender a utilizar las últimas tecnologías y adquirir experiencia en ampliar sus negocios. En 2014, el Instituto lanzó programas de formación que abarcan la gestión diaria de las granjas y la cría de vacas lecheras.

Nuestro compromiso

Implantar el abastecimiento responsable en nuestra cadena de suministro

Nuestros objetivos

Para 2015 – Mejorar y demostrar el cumplimiento del Código de Proveedores de Nestlé y realizar 10.000 auditorías de Abastecimiento responsable, 70% de estas con cumplimiento total.

Para 2015 – Trazabilidad de un 40% del volumen de 12 materias primas prioritarias (aceite de palma; soja; azúcar; pulpa y papel; café; cacao; productos lácteos; pescado y mariscos; karité; vainilla; avellanas; y carne, aves de corral y huevos).

Nuestros avances

A finales de 2014 habíamos auditado a 8.700 de nuestros 10.000 proveedores de primer nivel (2013: 6.500), con un cumplimiento total de nuestro Código de Proveedores del 73%. 13.000 auditorías más están previstas para 2015. Si llegamos a las 10.000 auditorías a finales de 2015, habremos cubierto un 60% de nuestros proveedores de materias primas y embalaje, que representan más del 95% de nuestro gasto total.

Actualmente, un 38% del volumen de compras de nuestras categorías prioritarias es trazable (2013: 17%), lo que significa que todos los granjeros que intervienen en el suministro de ese ingrediente (incluso mediante terceros) son conocidos e identificables para Nestlé o nuestros proveedores. Además, un 18% (2013: 9%) se abastecen de forma responsable, es decir, la plantación o granja cumple con los requisitos de nuestras Directrices de Abastecimiento Responsable o cuenta con un plan de mejora, o cumple con un programa de certificación equivalente.

En 2014 empezaron las actividades operativas en carne, productos lácteos, karité y pescado, por lo que confiamos en que en 2015 un 40% del volumen de nuestras categorías prioritarias sea trazable, y un 30% se abastecerá de forma responsable.

Nuestra perspectiva

Los consumidores y otros grupos de interés cada vez desean más información sobre el origen de sus alimentos y su modo de producción; por ello, el abastecimiento responsable es una inversión importante, tanto para el futuro de Nestlé como para el de los productores de los que dependemos.

Nuestras cadenas de suministro son complejas, y la mejora continua requiere abordar cuestiones sociales y medioambientales. Hemos hecho progresos constantes fomentando la adopción de buenas prácticas agrícolas y participando en el desarrollo de capacidades, el intercambio de conocimientos y la formación, ayudando a nuestros proveedores a alcanzar niveles más altos de sostenibilidad.

Además de trabajar con ONG, como Proforest y The Forest Trust, para cartografiar nuestras cadenas de suministro de azúcar, soja, aceite de palma y papel, estamos asumiendo un papel proactivo en la evaluación de proveedores de ingredientes derivados de animales a la luz de nuestra Directriz de Abastecimiento Responsable sobre bienestar de los animales en las granjas, y en abordar la deforestación y el trabajo infantil en nuestras cadenas de suministro.

Una asociación global por el bienestar de los animales

En marzo de 2014, Nestlé se convirtió en la primera gran empresa de alimentación en crear una asociación global con una ONG de animales, World Animal Protection. Nestlé utiliza productos lácteos, huevos, carne y aves como ingredientes en una gama de productos y se ha comprometido públicamente a seguir mejorando el bienestar de las granjas de su cadena de suministro. Mediante esta asociación, World Animal Protection comparte sus conocimientos y experiencia de salud, cuidado y bienestar de los animales de granja. A su vez, Nestlé, mediante sus actividades de abastecimiento responsable, proporciona a World Animal Protection la oportunidad de participar más con proveedores y promover buenas prácticas de bienestar animal en las granjas dentro del sector de la alimentación.



Auditamos a 8.700 de nuestros 10.000 proveedores de primer nivel y comprobamos que un **73%** cumplía totalmente con nuestro Código de Proveedores.



Nuestro compromiso

Desplegar el *Nestlé Cocoa Plan* entre los cultivadores de cacao

Nuestros objetivos

El objetivo del *Nestlé Cocoa Plan* es mejorar la vida de las comunidades que cultivan el cacao y la calidad del cacao que compramos.

Para 2015 – Abastecemos de 100.000 toneladas de cacao con el *Nestlé Cocoa Plan*.

Para 2016 – Abastecemos de 120.000 toneladas de cacao con el *Nestlé Cocoa Plan* y completar la implantación de nuestro Sistema de seguimiento y eliminación del trabajo infantil para identificar el trabajo infantil en todas las cooperativas de Costa de Marfil del *Nestlé Cocoa Plan*.

Para 2017 – Abastecemos de 150.000 toneladas de cacao con el *Nestlé Cocoa Plan*.

Nuestros avances

En 2014, adquirimos 91.801 toneladas de cacao con el *Nestlé Cocoa Plan* (2013: 62.299). Formamos a 45.833 cultivadores de cacao (2013: 33.885) y construimos o reformamos 17 escuelas (2013: 13), cumpliendo nuestro objetivo de construcción o reforma de 40 escuelas en cuatro años.

El *Nestlé Cocoa Plan* en Venezuela

En Venezuela hemos encontrado dificultades para conseguir un suministro fiable de cacao, uno de los mejores del mundo. Los problemas van desde la disminución de la calidad de plantas nativas de cacao hasta el escaso atractivo del trabajo agrícola para las generaciones más jóvenes. Pero, con el *Nestlé Cocoa Plan*, estamos ayudando a que la producción de cacao sea un medio de vida que reporta ingresos más altos y mejores condiciones sociales. Seiscientos agricultores de las tres principales regiones productoras de cacao del país trabajan actualmente en el *Nestlé Cocoa Plan*. Y desde 2008, los empleados de Nestlé Venezuela han hecho casi 6.130 visitas a sus fábricas, distribuyendo plántulas de alta calidad y fertilizantes orgánicos, y ofreciendo ayuda técnica y formación en buenas prácticas agrícolas como la poda, que aumenta el rendimiento y reduce la propagación de enfermedades. En nuestras plantaciones de experimentación hemos conseguido incrementar la producción de mazorcas de cacao de 878 kg/ha a 1500 kg/ha.

En agosto de 2014, la Fair Labor Association (FLA) publicó su primer informe sobre la cadena de suministro de cacao de Nestlé en Costa de Marfil, destacando las áreas en las que necesitamos hacer más para ajustarnos a su Código de Conducta. Desde entonces, hemos ampliado nuestro Sistema de seguimiento y eliminación del trabajo infantil para incluir otras 14 cooperativas de Costa de Marfil (2013: 8), con lo que el total asciende a 22. Se seleccionan responsables de relaciones con la comunidad en las comunidades agrícolas para identificar a niños en situación de riesgo y para colaborar con los agricultores de cacao de forma abierta y transparente. Tenemos previsto ampliar la iniciativa para incluir las 67 cooperativas del *Nestlé Cocoa Plan* a finales de 2016.

Encontrará más datos sobre el Compromiso de Nestlé sobre el Trabajo infantil en las cadenas de suministro agrícolas, y nuestros planes de acción para abordar el problema en las cadenas de suministro de materias primas clave, en nuestro compromiso sobre trabajo infantil de la página 35.

Nuestra perspectiva

El *Nestlé Cocoa Plan* consta de tres pilares: capacitar a los granjeros para gestionar granjas rentables, mejorar las condiciones sociales y adquirir cacao sostenible de buena calidad para nuestros productos. Proporcionando plantas más fuertes y formando a los granjeros en mejores prácticas agrícolas podemos ayudarles a aumentar su rentabilidad y su sostenibilidad a largo plazo. Un mejor acceso a la educación y el apoyo a mujeres que participan en nuestra cadena de suministro mejora las condiciones sociales y reduce los riesgos de trabajo infantil. Nestlé es uno de los mayores compradores de cacao marfileño y trabaja con más de 67 cooperativas de cacao. Nuestro Sistema de seguimiento y eliminación del trabajo infantil expone el alcance y las causas del trabajo infantil en la industria del cacao en Costa de Marfil, y ayuda a Nestlé y nuestros socios a abordar el problema de un modo que satisface las necesidades de familias y comunidades.





Nuestro compromiso

Desplegar el *Nescafé Plan* entre los cultivadores de café

Nuestros objetivos

Para 2015 – Mejorar la sostenibilidad de nuestra cadena de suministro de café, abastecernos de 180.000 toneladas de café de *Farmer Connect*¹⁷, 100% en línea con la norma básica de sostenibilidad 4C¹⁸.

Para 2020 – Mejorar la calidad, cantidad y sostenibilidad de nuestra cadena de suministro de café, distribuir 220 millones de plántulas¹⁹ y abastecernos de 90.000 toneladas de café que cumplan con los principios de la Red de Agricultura Sostenible²⁰.

Nuestros avances

En 2014, seguimos implantando el *Nescafé Plan* en los 14 países en los que ya está operativo. También mejoramos su alcance en Vietnam y Colombia mediante iniciativas relacionadas con el agua, el café y el desarrollo rural.

A finales de 2014, *Nescafé* había adquirido aproximadamente 186.750 toneladas directamente de unos 174.000 cultivadores de café a través de nuestras operaciones de suministro directo (2013: 171.908 agricultores). De ellas, 130.500 toneladas (un 70%) cumplen la norma básica de sostenibilidad 4C (2013: 71.493 toneladas, 48%).

El volumen total de café procedente de fuentes de abastecimiento responsable ascendió a 412.538 toneladas (2013: 366.270 toneladas).

En 2014 también distribuimos más de 29,8 millones de plántulas de café de alto rendimiento a agricultores (2013: 21,4 millones), situando el total acumulado en 73,8 millones.

Nuestra perspectiva

Nuestra capacidad para abastecernos a largo plazo de la cantidad y la calidad de café adecuadas para nuestras principales marcas depende de la sostenibilidad del cultivo de café. Árboles que envejecen, enfermedades de plantas, disminución del rendimiento, precios volátiles y cambio climático son solo algunas de las amenazas al medio de subsistencia de los agricultores de café, la mayoría de los cuales son

minifundistas. El cultivo de café también se está viendo amenazado por cultivos alternativos que los agricultores consideran con mejores perspectivas comerciales.

Nuestra respuesta es ayudar a los agricultores a crear negocios más sólidos, ofreciendo rutas de salida al mercado eficientes, formación local, propagación y distribución de plántulas, y asistencia técnica con nuestro equipo de más de 300 agrónomos.



The Positive Cup

Además de nuestras actividades de *Nescafé Plan*, en agosto de 2014 Nespresso anunció «*The Positive Cup*», una nueva estrategia de sostenibilidad para mejorar el bienestar de los agricultores e impulsar la sostenibilidad medioambiental en el abastecimiento y el consumo de café en los próximos seis años. Establece los pasos a dar por la empresa para alcanzar objetivos ambiciosos en lo que se refiere a abastecimiento de café y bienestar social, abastecimiento, uso y desecho de aluminio, y resistencia ante el cambio climático. Tomando como base lo conseguido en los últimos 11 años, Nespresso se abastecerá al 100%, para su gama permanente de cafés *Nespresso Grands Crus*, de forma sostenible con su Programa AAA, que incluye la inversión en el desarrollo económico y social de comunidades de cultivo de café en Etiopía, Kenia y Sudán del Sur.


¹⁷ Nuestro programa de abastecimiento directo de granjeros por el que nos comprometemos con el suministro local de materias primas, la provisión de ayuda técnica y la colaboración para cumplir los criterios más altos de abastecimiento.

¹⁸ La Asociación Código Común para la Comunidad del Café (4C) es un grupo integrado por múltiples partes interesadas con miembros comerciales e industriales, de la sociedad civil y empresas activas en la cadena de suministro del café.

¹⁹ Cifra total de 2010 a 2020.

²⁰ Coalición internacional de grupos de conservación destacados en agricultura sostenible que cuenta con normas de protección medioambiental, responsabilidad social y vitalidad económica.

El agua, más que cualquier otra sustancia, es esencial para la supervivencia humana y no puede ser sustituida. La brecha entre la oferta y la demanda de agua potable y segura está aumentando y se prevé que, para 2030, la extracción directa de agua excederá su reposición en un 40%, a menos que se tomen medidas. La gestión responsable del agua es crítica para todos nosotros y para el futuro de nuestro negocio. Respetamos el derecho humano a agua e infraestructuras sanitarias, y estamos ayudando a facilitar la gestión sostenible de las cuencas hídricas en las que nos abastecemos, donde están situadas nuestras fábricas y donde viven nuestros proveedores y consumidores.

 Nuestro propósito es cumplir nuestro compromiso al 31 de diciembre del año indicado respecto a todos los objetivos.

Nuestro compromiso

Trabajar para lograr la eficiencia hídrica en todas nuestras operaciones

Nuestros objetivos

Nuestro objetivo es minimizar el impacto de nuestras operaciones en recursos hídricos naturales y en las comunidades que dependen de ellos.

Para 2015 – Reducir el uso directo de agua por tonelada de producto en todas las categorías de productos para lograr una reducción global del 40% desde 2005.

Para 2015 – Fijar e implementar directrices detalladas de diligencia debida sobre el derecho humano a agua e infraestructuras sanitarias.

Para 2016 – Definir iniciativas de gestión del agua e iniciar su aplicación en cinco localidades de alta prioridad.

Para 2016 – Implementar proyectos de ahorro de agua en el 100% de las fábricas de alta prioridad.

Para 2016 – Realizar 45 nuevas revisiones hídricas en fábricas seleccionadas y en todas las fábricas de nuevo emplazamiento.

Nuestros avances

En línea con nuestro Compromiso sobre gestión del agua (2013), Nestlé busca activamente nuevas oportunidades para reducir, reutilizar y reciclar el agua en nuestras operaciones. Hemos introducido un «Plan Marco de Gestión del Agua» a nivel empresarial, y hemos empezado a desarrollar planes marco en mercados clave, empezando por Pakistán (2014). Dichos planes contienen responsabilidades, objetivos y plazos documentados que dirigen nuestras mejoras.

Hoy, nuestros empleados están realizando más de 376 proyectos de ahorro hídrico en las fábricas de Nestlé que ahorrarán en torno a 1,84 millones de m³ de agua. En 2014 redujimos el uso directo de agua por tonelada de producto en un 6% (37% de reducción desde 2005).

Hemos identificado y priorizado 31 fábricas de alta prioridad situadas en zonas de problemas hídricos graves o que representan una parte importante de nuestro uso directo de agua. A finales de 2014, habíamos reducido el uso directo de agua por tonelada de producto en casi un 42% de esas instalaciones.

Aumentamos nuestros esfuerzos de gestión del agua local mediante un programa renovado de revisiones hídricas en nuestras fábricas, y este año hemos realizado 18 nuevas revisiones. En el proceso estamos integrando cuestiones de Agua, Saneamiento e Higiene (WASH).



Cero agua en México

Este año abrimos en México nuestra fábrica más eficiente en agua. En los últimos 60 años, la disponibilidad de agua por persona descendió drásticamente en el país debido al crecimiento de la población. Utilizando nuevos procesos, nuestra fábrica «cero agua» de productos lácteos situada en el estado de Jalisco, que sufre problemas hídricos, ya está avanzando hacia un nivel cero de uso directo de agua en las instalaciones. La fábrica utiliza, en su lugar, vapor de agua generado al evaporar leche de vaca. El agua se condensa, se trata y se recicla para emplearse como agua potable, y de nuevo para refrigeración y limpieza. Así se ahorran en torno a 1,6 millones de litros de agua al día, suficientes para satisfacer el consumo diario medio de 6.400 personas en los alrededores²¹. Estamos replicando el proceso en lugares como Nestlé Sudáfrica, donde nuestro plan de inversión incluye convertir nuestra fábrica de productos lácteos de Mossel Bay a «cero agua».

²¹ Este dato se basa en el consumo medio diario de aproximadamente 250 l por persona. Fuente: Tecnologías Alternativas y Ecodiseño

Nuestra perspectiva

Nestlé celebra el creciente interés de las partes interesadas sobre los temas hídricos, reconociendo que refleja una mayor conciencia sobre los efectos de la escasez de agua en el mundo. Seguimos convencidos de que el debate público sobre el uso del agua (incluido el nuestro) conduce a acciones positivas de carácter colectivo. El 38% de nuestras fábricas está situado en regiones que sufren problemas hídricos, por lo que la gestión responsable del agua es un tema crítico para nuestro negocio y nuestros grupos de interés. Las revisiones hídricas nos ayudan a evaluar los efectos potenciales del derecho a agua e infraestructuras sanitarias de las comunidades locales en las que trabajamos, y proponen las acciones correctivas adecuadas que resultan necesarias. El derecho a agua e infraestructuras sanitarias también se incluye sistemáticamente en nuestra Evaluación de impacto sobre los derechos humanos. Al final de 2014, 133 fábricas se habían sometido a una revisión de los recursos hídricos. Seguiremos impulsando las mejoras de eficiencia hídrica y sostenibilidad en todas nuestras operaciones.

Nuestro compromiso

Defender unas políticas y una gestión del agua eficaces

Nuestros objetivos

Nuestro objetivo es promover una política y gestión del agua que contribuya a un uso sostenible por la industria y demás usuarios, tanto a escala mundial como local.

Para 2016 – Seguir creando asociaciones público-privadas en el marco del Grupo de Recursos Hídricos 2030 (2030 *Water Resources Group*), incorporando dos países nuevos cada año, y seguir desarrollando y difundiendo el Catálogo Mundial de Buenas Prácticas²².

Para 2016 – Apoyar el lanzamiento de la Guía sobre el Mandato del Agua de los Directores Generales sobre Buenas prácticas comerciales del derecho humano a agua e infraestructuras sanitarias en determinados mercados²³.

Para 2016 – Apoyar al Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible (WBCSD) a alcanzar 50 signatarios del *WASH Pledge* (Compromiso de acceso a agua potable, servicios sanitarios e higiene)²⁴.

Para 2016 – Iniciar el proceso de despliegue del Estándar Internacional para la Gestión Sostenible del Agua de la Alianza para la Gestión Sostenible del Agua, aplicándolo al menos en cinco localidades²⁵.

Para 2016 – Trabajar con la Plataforma de Iniciativas para una Agricultura Sostenible y con el *Sustainable Food Lab* (Laboratorio de Alimentos Sostenibles) para implantar la iniciativa de colaboración de Atenuación y Evaluación de Riesgos Hídricos en al menos un área de abastecimiento de materias primas agrícolas²⁵.

Nuestros avances

Nestlé mantiene una fuerte presencia en iniciativas de alto perfil sobre política y gestión del agua, promoviendo oportunidades de optimizar mejores prácticas. Muchos de nuestros empleados de más rango, incluido nuestro Presidente, desempeñan un papel destacado en el Grupo de Recursos Hídricos 2030. Actualmente presidimos esta asociación social público-privada, que trata de catalizar soluciones prácticas para la reforma de recursos hídricos en economías en desarrollo con problemas de agua. El WRG ha sido invitado a trabajar en Perú y Tanzania, y está explorando otros países como Bangladesh, Kenia y Líbano.



Promover la gestión del agua en la fábrica Douala de Nestlé en Camerún

En 2014 completamos una Revisión hídrica en nuestra fábrica de Douala (Camerún), donde producimos las bases de nuestras sopas *Maggi*. Utilizamos la herramienta de autoevaluación WASH del WBCSD para examinar el acceso a agua, infraestructuras sanitarias e higiene para más de 500 empleados, vendedores y visitantes de las instalaciones. La fábrica cumplió satisfactoriamente los niveles de cumplimiento del Compromiso, y hemos desarrollado un plan de acción para abordar las pequeñas áreas de mejora identificadas. Comunidades que quedan a una distancia de la fábrica de hasta tres kilómetros pueden acceder a fuentes de agua en las instalaciones en horas determinadas, lo que supone en torno a 5.000 litros de agua recogida por los residentes locales diariamente. Se ha planificado un nuevo proyecto de drenaje de aguas residuales de 474.905 millones de CHF para ayudar a reducir el riesgo de inundaciones y mejorar el entorno local de las comunidades.

²² Esto es una ampliación de nuestro objetivo 2014.

²³ Nuestro objetivo 2014 de contribuir a las Directrices se ha alcanzado.

²⁴ Nuestro objetivo 2014 de contribuir a la ISO 14046: Huella hídrica: Principios, requisitos y directrices se ha alcanzado.

²⁵ Nuestro objetivo 2014 de usar los principios del Estándar AWS como guía de autoevaluación en determinadas localidades de alta prioridad se ha alcanzado.

Reducción del vertido de agua por tonelada de producto en un **52%** desde 2005



Nuestro compromiso

En julio de 2014, aplaudimos la publicación de la norma internacional ISO 14046: 2014 Gestión medioambiental – Huella hídrica: Principios, requisitos y directrices. Supone la culminación de cinco años de colaboración entre más de 90 expertos, y Nestlé ha sido un miembro activo del grupo de trabajo.

Seguimos apoyando las Directrices de información pública del llamamiento del Pacto Mundial, publicadas en septiembre de 2014, y abanderamos el Compromiso del WBCSD tanto en nuestras operaciones como fuera de ellas, actuando como Embajador portavoz del WASH a escala internacional.

Hemos elaborado directrices sobre el Estándar Internacional para la Gestión Sostenible del Agua (Estándar AWS) para reforzar la gestión del agua en ubicaciones clave de Nestlé. Para 2015 está previsto un despliegue más extenso.

Nuestra perspectiva

Todos afrontamos el reto urgente de proporcionar acceso a agua potable y alimento a una creciente población mundial. Esto requiere esfuerzos conjuntos y objetivos comunes para el futuro. Creemos que los gobiernos deben adoptar un enfoque sistémico sobre el agua. Tienen que ofrecer un liderazgo fuerte, evitar actuaciones descoordinadas y garantizar la asunción de responsabilidades como base para los compromisos políticos. También deben fortalecer las instituciones, especialmente para encontrar soluciones comunitarias asequibles dentro del nexo seguridad/ servicios sanitarios/pobreza, actuar como reguladores (para estructuras de suministro de agua tanto públicas como privadas) y establecer incentivos para asegurar soluciones rentables y una gestión adecuada de la seguridad y el suministro de agua, las infraestructuras sanitarias y el tratamiento de las aguas residuales. Queremos ayudar defendiendo unas políticas hídricas y una gestión del agua efectivas. Nuestro enfoque proactivo nos pone en contacto con asociaciones público privadas, organismos industriales, ONG e instituciones de investigación para aprender y compartir las mejores prácticas. Los avances realizados gracias a esas relaciones se comunican de forma transparente en nuestro sitio web.

Tratar eficazmente el agua que deseamos

Nuestro objetivo

Para 2016 – Implementar los nuevos y reforzados Requisitos Medioambientales de Nestlé sobre calidad del agua y gestión de aguas residuales en todas las fábricas para contribuir a proteger el medio ambiente.

Nuestros avances

En 2014 aprobamos un gasto de 18 millones de CHF en instalaciones de tratamiento nuevas y mejoradas, y reforzamos los requisitos de calidad del agua para las nuevas instalaciones de tratamiento de aguas residuales.

Durante 2014, redujimos los residuos hídricos por tonelada de producto en un 51,8% desde 2005 (2013: 48,5%), con una calidad media del agua vertida de 72 mg COD/l (2013: 76 mg COD/l).

Nuestra perspectiva

Estamos comprometidos con el desarrollo de nuestro negocio de forma que ayude a salvaguardar la biodiversidad y los ecosistemas. Nestlé ha establecido objetivos de calidad media del agua vertida desde 2016, y cumplirlos supone un reto. Hemos desplegado un cuadro de mando sobre agua y aguas residuales centrado en informes de uso directo de agua, vertidos y calidad para respaldar los avances. La concienciación y la formación de nuestros empleados es una prioridad. Cuando es posible, utilizamos instalaciones municipales de tratamiento de aguas residuales. Si no existen o son insuficientes, invertimos en nuestros propios centros, devolviendo el agua tratada al entorno conforme a la legislación local y a las normas internas (lo que sea más estricto).



Tratar las aguas residuales con biodigestión

La fábrica de confitería Fawdon de Nestlé en el Reino Unido ha invertido 4,9 millones de CHF en un sistema de digestión anaeróbica, finalizado en septiembre de 2014, que convierte líquidos y sólidos residuales en agua potable y gas metano utilizando procesos naturales de digestión biológica. La instalación permitirá el ahorro de 1.000 toneladas de CO₂ al año, recortará los residuos sólidos en 4.000 kg diarios y reducirá las aguas residuales en un 95%. Se estima que el ahorro financiero será de 380.000 CHF en aguas residuales y de 600.000 CHF en electricidad.

Nuestro compromiso

Colaborar con los proveedores, especialmente los agrícolas

Nuestro objetivo

Para 2015 – Definir y empezar a aplicar planes de acción para ahorrar agua en nuestra cadena de suministro de café, azúcar, arroz y cereales en localidades de alta prioridad.

Nuestros avances

Mejorar la eficiencia hídrica de nuestra compleja cadena de suministro agrícola es uno de nuestros grandes desafíos. Nestlé trabaja directamente con alrededor de 695.000 agricultores y, con la Iniciativa de Nestlé para una Agricultura Sostenible, promueve el desarrollo sostenible y ofrece apoyo a los agricultores. El programa mundial se centra en una gama de categorías y nos capacita para abordar problemas clave en materia de gestión del agua e irrigación, como la resistencia a la sequía y las inundaciones, el tratamiento de aguas residuales y desechos orgánicos, y la tecnificación de las granjas. En 2014, apoyamos:

- un proyecto de gestión del agua integrado para desarrollar un sector del café de clima inteligente en Colombia;
- la aplicación del concepto y la metodología de huella hídrica en Colombia, para aumentar la conciencia sobre el uso del agua y la eficiencia hídrica, y el control de la contaminación del agua en granjas lecheras y en nuestras fábricas;
- un seminario agrícola sobre gestión del agua en España; y
- nuevos cambios de los métodos de irrigación y gestión del agua en Vietnam para producir más granos de café con menos agua.

Nuestra perspectiva

El agua es un recurso compartido, que resulta afectado por todos los usuarios del área de captación. Creemos que, a veces, la mayor mejora para la salud de un área de captación de agua puede conseguirse mediante la inversión de recursos de Nestlé en una iniciativa externa, en lugar de en nuestra fábrica. Podemos conseguir mejoras significativas de uso del agua introduciendo mejores técnicas agrícolas al nivel de las granjas, algo que no siempre requiere inversiones cuantiosas. También creemos que existe una oportunidad para los negocios que compran a grandes proveedores globales de utilizar su influencia colectiva para exigir una mayor eficiencia hídrica, por ejemplo, mediante la Plataforma de Iniciativas para una Agricultura Sostenible. Invertiremos en iniciativas compartidas externas que ayuden a todos los usuarios de áreas de captación a mejorar la eficiencia hídrica.

Nuestro compromiso

Aumentar la conciencia en torno a la conservación del agua y mejorar el acceso al agua e infraestructuras sanitarias en toda nuestra cadena de valor

Nuestros objetivos

Para 2015 – Todos los empleados de Nestlé tendrán acceso adecuado a agua potable, servicios sanitarios y de higiene en el lugar de trabajo.

Para 2016 – 350.000 personas de comunidades locales se beneficiarán de proyectos de acceso a agua, servicios sanitarios e higiene alrededor de nuestras fábricas y en zonas de *Farmer Connect*.

Nuestros avances

Seguimos trabajando con socios expertos, incluidos el WBCSD y la Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y la Media Luna Roja (IFRC) (véase el siguiente caso de estudio), para mejorar el acceso a agua e infraestructuras sanitarias, y en 2014:

- probamos la herramienta de autoevaluación WASH del WBCSD en instalaciones de fabricación clave; y
- casi 400.000 personas (2013: más de 300.000) de comunidades locales se beneficiaron de proyectos de acceso a agua, servicios sanitarios e higiene alrededor de nuestras fábricas y en zonas de *Farmer Connect*. Esto significa que ya hemos alcanzado nuestro objetivo de 2016.

Mediante iniciativas de educación estamos ayudando a nuestros empleados, proveedores y consumidores a mejorar su comprensión de la importancia de la conservación y la gestión del agua. Además de las actividades con proveedores (véase la página 26), en 2014:

- proporcionamos un nuevo programa de formación a nuestro Equipo Central de RR.HH. (117 personas), y pusimos el contenido del curso a disposición de todos los empleados en la intranet corporativa;
- seguimos patrocinando el programa de educación hídrica global, el «Proyecto WET», que amplió su alcance en Nigeria hasta el estado de Osun; y
- alrededor de 650 empleados ayudaron a organizar eventos en las fábricas para más de 22.000 niños en 32 países en el Día Mundial del Agua.

Nuestra perspectiva

La OMS estima que una persona necesita entre 50 y 100 litros de agua potable al día para cubrir sus necesidades básicas. Hoy, sin embargo, según cálculos del WBCSD, más de 1.800 millones de personas dependen de agua no segura para beber y unos 4.000 millones carecen de acceso a infraestructuras sanitarias básicas²⁶. Estamos de acuerdo con que la falta de acceso a agua potable, servicios sanitarios e higiene puede provocar enfermedades o muertes, una menor productividad y restricciones de algunos productos y servicios en los mercados. Creemos que

este es un argumento económico claro y suficiente para que las empresas asuman el liderazgo y aborden la situación. Por este motivo, Nestlé fue uno de los primeros firmantes del *WASH Pledge* del WBCSD, comprometiéndose a proporcionar acceso a agua potable, servicios sanitarios e higiene en todos nuestros lugares de trabajo en el plazo de tres años. Con la firma del *WASH Pledge* confirmamos nuestro propio compromiso y estamos animando a otros en la cadena de valor a hacer lo mismo. Si todas las empresas miembros del WBCSD lo firmaran, alcanzaría a 15 millones de empleados.



Proporcionar agua potable y servicios sanitarios en Costa de Marfil


Desde 2006, la Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y la Media Luna Roja y Nestlé trabajan juntos con especial énfasis en mejorar el acceso al agua de las comunidades rurales. Gracias a esta colaboración, 196.546 personas de las comunidades de cacao de Costa de Marfil ya tienen acceso a agua potable limpia e infraestructuras sanitarias. En octubre de 2014 renovamos nuestra larga colaboración con la IFRC, comprometiéndonos a aportar 5 millones de CHF en cinco años para mejorar el acceso a agua sostenible, servicios sanitarios y de higiene en zonas rurales y extender el proyecto a Ghana. Nestlé fue el primer socio empresarial de la IFRC en 2002. Además de la colaboración continua sobre agua y servicios sanitarios, también patrocinamos la producción del Informe Mundial sobre Desastres de la IFRC, trabajando con las delegaciones nacionales de la Cruz Roja y la Media Luna Roja y respaldando las operaciones de ayuda de la IFRC en casos de desastres (por ejemplo, el ébola en 2014).

26 www.wbcsd.org/work-program/sector-projects/water/accesswatersanitation.aspx



Sostenibilidad medioambiental

Sostenibilidad medioambiental implica proteger el futuro haciendo las elecciones correctas en un entorno en el que el agua es cada vez más escasa y la biodiversidad se reduce, y en el que el cambio climático puede agravar esos problemas. Nuestro objetivo es que los productos de Nestlé no solo sean más sabrosos y saludables, sino también mejores para el medio ambiente en todas sus cadenas de valor. La sostenibilidad medioambiental también significa dar a los consumidores otro motivo para confiar en Nestlé y disfrutar de nuestros productos, además de cumplir las expectativas de los empleados y los grupos de interés sobre nuestras responsabilidades y prácticas medioambientales.

 Nuestro propósito es cumplir nuestro compromiso al 31 de diciembre del año indicado respecto a todos los objetivos.

Nuestro compromiso

Mejorar el uso eficiente de los recursos en nuestras operaciones

Nuestros objetivos

Nuestro objetivo es hacer más con menos recursos y con menos residuos, a fin de preservar los recursos naturales.

Para 2015 – Alcanzar el nivel cero de residuos en un 10% de nuestras fábricas.

Para 2015 – Disminuir el consumo de energía por tonelada de producto en todas las categorías de producto hasta una reducción global del 25% desde 2005.

Nuestros avances

En 2012, establecimos el objetivo de reducir a cero los residuos en 2015, lo que cumplimos con dos años de adelanto, es decir, en 2013 (2013: 56 fábricas, 11%).²⁷ Este logro se mantuvo en 2014, cuando un 15% de las fábricas de Nestlé (72 en total) alcanzaron el nivel cero de residuos.

Nuestro consumo total de energía por tonelada de producto se ha reducido en un 26% desde 2005 (2013: 23%), situándonos un 1% por delante de nuestro objetivo para 2015, y ha disminuido en todas las categorías de producto.

Nuestra perspectiva

Al mejorar la eficiencia, la calidad y la productividad, podemos hacer más con menos recursos y con menos residuos.

Residuos de fábrica se define como cualquier material que se genera durante la fabricación o la distribución de un producto y que finalmente se arrojará a vertederos o será incinerado sin que se obtenga energía de este proceso. Nuestra aspiración general es la reducción de los residuos a cero, es decir, que los desperdicios generados en las fábricas no lleguen a vertederos o incineradoras sin recuperación de energía, y maximizar el valor de los subproductos restantes. En 2014 lanzamos un nuevo conjunto de herramientas dirigidas a reducir a cero los residuos en nuestras fábricas. En muchos países tenemos dificultades para mejorar nuestra eficiencia en recursos debido a la falta de infraestructuras públicas de recuperación de productos residuales y reciclado, así como en casos en los que la legislación local nos exige desechar determinados materiales en los vertederos.

Mejorar la eficiencia de los recursos contribuye a nuestros esfuerzos por reducir los desperdicios de comida. Introduciremos el Compromiso de Nestlé para evitar el despilfarro de alimentos a principios de 2015. También estamos contribuyendo proactivamente al desarrollo del Protocolo sobre medición de pérdida y desperdicios de alimentos del World Resources Institute que se publicará en 2015.

En el año 2014,
hemos empleado
45.805 toneladas
menos de material
de embalaje



Nuestro compromiso

Mejorar el rendimiento medioambiental en nuestros envases

Nuestro objetivo

Para 2017 – Seguir analizando y optimizando de forma sistemática nuestra cartera de envases, evitando el uso de al menos 100.000 toneladas de material para embalaje.

Nuestros avances

Estamos ampliando el alcance de nuestro diseño ecológico de envases cambiando PIQET, una herramienta que evalúa el rendimiento medioambiental del envasado, por una solución más amplia e integral denominada EcodEX (Ecodesign for Sustainable Product Development and Introduction), que cubre toda la cadena de valor.

Hemos completado con éxito el traslado de PIQET a EcodEX a nivel mundial mediante 8 seminarios *on line*, en los que participaron 63 personas que proporcionarán sesiones de formación a los especialistas en envasado en sus respectivas sedes y mercados.

En 2014, hemos empleado 45.805 toneladas menos de material de embalaje (2013: 66.594 toneladas), equivalentes a un ahorro de 77,4 millones de CHF.



Nespresso amplía el reciclado y la reutilización del aluminio

Dentro de su nueva estrategia de sostenibilidad, «The Positive Cup», Nespresso está ampliando su capacidad de recogida de todas las cápsulas de aluminio usadas en los lugares en los que opera, y su reciclado en nuevas cápsulas en países como el Reino Unido y Francia. Tras los avances realizados en los últimos cinco años, el 100% del material de las cápsulas de aluminio del que se abastece Nespresso cumplirá con la nueva norma «Iniciativa de Gestión del Aluminio», en fase de desarrollo. Para garantizar que las cápsulas se reciclen y reutilicen, el negocio sigue desplegando programas de reciclado en nuevos mercados. Nespresso ha instalado más de 14.000 puntos de recogida de cápsulas en 31 países, y dispone de un servicio de recogida a domicilio en 15 mercados.



Nuestra perspectiva

El embalaje de nuestros productos es fundamental para evitar los residuos alimentarios, garantizar nuestros estándares de calidad e informar a los consumidores. Al evaluar el impacto medioambiental de los materiales utilizados en el diseño de nuestros envases aplicamos un enfoque holístico. Durante el proceso de diseño de innovación y renovación, cuidamos los aspectos de rendimiento y funcionalidad, y optimizamos el peso y el volumen.

Nuestro reto consiste en encontrar el diseño de envases óptimo que nos permita ahorrar material de embalaje y evitar el desperdicio de alimentos. Lideramos el desarrollo y la utilización de materiales procedentes de fuentes renovables gestionadas de forma sostenible, teniendo en cuenta los requisitos de rendimiento del producto y del envase. También respaldamos iniciativas de reciclado o recuperación de energía a partir de envases usados y utilizamos materiales reciclados cuando existe un beneficio medioambiental y resulta adecuado.

27 Datos de 2013 ajustados porque algunas asociaciones empresariales informan sobre aspectos medioambientales por primera vez en 2013, cuando aún no había datos sustanciales de consumo.



Sostenibilidad medioambiental

Nuestro compromiso

Evaluar y reducir el impacto medioambiental de nuestros productos

Nuestros objetivos

Para mejorar el rendimiento medioambiental de nuestros productos, tenemos que entender mejor sus efectos en todo el ciclo de vida del producto y abordarlos de un modo eficiente.

Para 2014 – Trasladar la herramienta de diseño ecológico EcodEX a todos los centros de investigación y desarrollo²⁸.

Para 2017 – Seguir ampliando el alcance de nuestras bases de datos a materias primas agrícolas utilizadas en EcodEX.

Para 2017 – Identificar o actualizar y abordar puntos conflictivos de sostenibilidad en 15 categorías de producto.

Nuestros avances

En 2013 cumplimos nuestro objetivo de identificar y abordar puntos conflictivos de sostenibilidad (áreas de fuerte impacto) en 12 categorías de productos con un año de adelanto. En 2014 actualizamos nuestras acciones para abordar puntos conflictivos de sostenibilidad en 13 categorías de productos. Todos los productos nuevos se someten a una evaluación de sostenibilidad medioambiental.

La herramienta EcodEX ya se ha desplegado en toda la organización de investigación y desarrollo, y se ha probado en varios mercados. Esto se consiguió en 2014 mediante 5 sesiones de formación y 9 seminarios *on line*, a los que asistieron 312 participantes. Hasta la fecha, más de 5.708 proyectos, que representan más de 16.500 escenarios (2013: 5.200 proyectos, 15.500 escenarios),²⁹ han sido evaluados utilizando nuestras herramientas de diseño ecológico, que cubren proyectos de desarrollo de envases y productos.

Nuestra perspectiva

El rendimiento medioambiental de un producto empieza por un buen diseño ecológico, que depende de que los equipos de desarrollo entiendan bien el complejo equilibrio existente entre los efectos sobre los ciclos de vida medioambientales y otros requisitos del producto. Hemos llevado a cabo una evaluación del ciclo de vida de todas nuestras principales categorías de productos.

Nuestra herramienta EcodEX proporciona a los diseñadores de productos un modo más rápido y efectivo de analizar el impacto. Se está desplegando en fases para garantizar su adopción efectiva y para abordar los retos presentados por nuevos usuarios, como la interpretación de resultados.

Ahora pretendemos ampliar el alcance de los datos para cubrir más exhaustivamente las materias primas agrícolas, que suponen un impacto medioambiental significativo de muchos productos.

Probando el método de la UE de evaluación medioambiental de los productos alimentarios

En 2014, la Comisión Europea lanzó un programa piloto de tres años para desarrollar una metodología de huella medioambiental común para 25 categorías de producto y dos sectores comerciales. Las tres solicitudes de Nestlé para codirigir el desarrollo de Normas sobre categorías de huella medioambiental de los productos (Product Environmental Footprint Category Rules, PEFCR) fueron seleccionadas por la Comisión Europea: Nestlé Waters para agua envasada; Nespresso y Nescafé para café; y Nestlé Purina para alimentos de mascotas. Este proyecto establecerá y validará el proceso del desarrollo de PEFCR, incluido el de referencias de rendimiento para comprobar los distintos sistemas de cumplimiento y verificación y los vehículos de comunicación.

²⁸ Los lugares comprenden centros de I+D y Centros de Tecnología de Productos.

²⁹ Un proyecto es una descripción detallada de todos los distintos escenarios de embalaje de un producto. Un escenario es un formato de sistema de embalaje (por ejemplo, latas de aluminio en cartón corrugado, botellas de cristal en film retráctil, etc.).

Nuestro compromiso

Ofrecer liderazgo en cambio climático

Nuestros objetivos

Para 2014 – Ampliar el uso de refrigerantes naturales, que no dañan la capa de ozono y tienen un efecto insignificante en el cambio climático, en nuestros sistemas de refrigeración industrial.

Para 2015 – Todas nuestras nuevas cámaras congeladoras de helados usarán refrigerantes naturales.

Para 2015 – Para contribuir a la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero, reducir nuestras emisiones directas de estos gases por tonelada de producto en un 35% desde 2005, lo que supondrá una reducción absoluta de emisiones de gases de efecto invernadero.

Nuestros avances

Durante la Semana del Clima de la ONU de 2014, Nestlé dio su apoyo a ambiciosos compromisos sobre el cambio climático. Los compromisos que asumimos incluían:

- la declaración Caring for Climate: The Business Leadership Platform statement de la ONU;
- el comunicado Trillion Tonne Communique del Prince of Wales Corporate Leaders Group;
- la Declaración de Nueva York sobre los bosques; y
- las seis iniciativas de acción climática del Carbon Disclosure Project (CDP) sobre objetivos de reducción de gases con efecto invernadero (GEI) con base científica, electricidad renovable, deforestación, información y compromiso sobre el cambio climático y precio del carbono.

Empezamos a probar la metodología *Mind the Science, Mind the Gap*, una colaboración entre el CDP, el World Resources Institute, el Pacto Mundial de las Naciones Unidas y el World Wildlife Foundation (WWF) para involucrar a las empresas en la fijación de objetivos de reducción de GEI con bases científicas.

A finales de 2014 habíamos eliminado un 92% de nuestros refrigerantes industriales (2013: 93%), sustituyéndolos por refrigerantes naturales. Este ligero descenso se debe a desinversiones de algunas instalaciones que emplean refrigerantes naturales. Nuestras nuevas cámaras congeladoras de helados horizontales, que constituyen un 70% del gasto total de Nestlé en cámaras congeladoras, consumen ahora un 50% menos de energía.

Hemos reducido nuestras emisiones de GEI por tonelada de producto en un 40% desde 2005, con una reducción total del 11,4% y situándonos un 5% por delante de nuestro objetivo para 2015 (2013: las emisiones de GEI directas se redujeron un 35,4% entre 2005 y 2013) mientras que la producción aumentó un 48% desde 2005.

Nuestra perspectiva

Nuestro compromiso de ofrecer liderazgo en cuanto al cambio climático va más allá de la mera reducción de emisiones atmosféricas. También incluye la gestión responsable del agua; la reducción de los residuos a cero; el uso eficiente de la energía y los recursos; la sustitución de combustibles por otros más limpios; la inversión en fuentes de energía renovables; la optimización de las redes de distribución; y la ayuda para la adaptación de sistemas agrícolas y de producción al cambio climático.

Aunque las empresas son solo parte de la solución, queremos formar parte de una colaboración más amplia, por lo que respaldamos varias iniciativas emprendidas por múltiples organismos y la industria. También trabajamos con los agricultores para ayudarles a adaptarse al cambio climático, y con los consumidores para que reduzcan el consumo de energía y las emisiones al cocinar los alimentos.

El **92%** de nuestros refrigerantes industriales fueron sustituidos por naturales en 2014



Educación sobre medio ambiente y agua para comunidades de Indonesia

Nuestra fábrica Kejayan de Indonesia está en una zona rural cuya comunidad vive de la agricultura pero carece de conocimientos y concienciación para aplicar mejores prácticas de conservación del agua. Nestlé apoya la sostenibilidad del agua en beneficio de los grupos de interés de la cadena de valor. En 2014 lanzamos un programa de Educación Medioambiental para Estudiantes para sensibilizarlos y ayudarles a influir en sus padres en la preservación del medio ambiente y el agua. El programa se impartirá en todas las escuelas primarias del subdistrito (a unos 1.000 estudiantes cada año) y en 2015 en toda Indonesia a través del programa *Nestlé Healthy Kids*.



Sostenibilidad medioambiental

Nuestro compromiso

Conservar el patrimonio natural, incluidos los bosques

Nuestros objetivos

Para 2015 – Contrastar un 30% del volumen de nuestras 12 materias primas clave con nuestras Directrices de Abastecimiento Responsable y cumplirlas o poner en marcha planes de mejora para conservar el patrimonio natural.

Para 2015 – Se están aplicando programas de mejora en todas las fábricas adyacentes a Áreas de Agua Importantes³⁰ para mejorar nuestro impacto en la zona circundante.

Nuestros avances

Un 28% por volumen de nuestras materias primas clave se abastece actualmente de forma responsable conforme a nuestras directrices (2013: 17%).

Entre los compromisos que asumimos en 2014 está la Declaración de Nueva York sobre los Bosques, que pretende detener e invertir el proceso de deforestación.

Seguimos identificando programas de mejora en nuestras fábricas adyacentes a Áreas de Agua Importantes e informaremos sobre nuestro progreso el próximo año.

Nuestra perspectiva

Nos abastecemos de una amplia gama de materias primas de granjas y bosques y reconocemos que nuestro éxito a largo plazo depende de los productos y servicios proporcionados por el capital natural. Por ello, en nuestro Compromiso de Nestlé con el capital natural, declaramos nuestra intención de gestionar nuestras operaciones con respeto a los bosques, la biodiversidad y los ecosistemas; de actuar como gestores responsables del capital natural; de informar sobre riesgos y respuestas; de apoyar a los consumidores para que tomen decisiones más informadas; y de trabajar con los grupos de interés.

Asumimos un papel proactivo contra la deforestación mejorando la trazabilidad y el trato directo con proveedores, y ciñéndonos a nuestro Compromiso de no deforestación de que nuestros productos no estarán asociados a esta práctica. Seguimos trabajando con socios para obtener datos fiables sobre deforestación y para identificar Áreas de Agua Importantes adyacentes a nuestras fábricas.

En 2014 respaldamos la Declaración de Nueva York sobre los Bosques, que aspira a detener e invertir el proceso de deforestación, y firmamos la iniciativa sobre cambio climático del CDP, comprometiéndonos a eliminar la deforestación originada en materias primas en todas nuestras cadenas de suministro para 2020. También compartimos la resolución del Foro de Bienes de Consumo de «movilizar recursos en nuestras respectivas empresas para contribuir al nivel cero de deforestación para 2020».



Proteger los bosques de Latinoamérica con biodigestión

En 2014, Nestlé invirtió 24.750 CHF en proporcionar biodigestores (que convierten los desechos de animales en gas de cocina y fertilizante líquido) a 15 pequeños propietarios de ganado de Panamá. Los digestores procesan los desperdicios de animales y evitan la contaminación medioambiental. Las emisiones de GEI disminuyen, al producirse una fuente de energía más sostenible, y el granjero ya no recurre a la madera como combustible, reduciéndose la deforestación en las áreas circundantes.

³⁰ Áreas de captación de agua legalmente protegidas o bajo acuerdo de conservación que, de dañarse o perderse, podrían afectar negativamente y de forma significativa o desproporcionada a los beneficios medioambientales, sociales, culturales o económicos derivados de la captación.

Hemos reducido nuestras emisiones directas de GEI por tonelada de producto un **40%** desde 2005



Nuestro compromiso

Facilitar el diálogo y la información medioambiental relevante y precisa

Nuestro objetivo

Para 2016 – Proporcionar información medioambiental basada en datos a los consumidores de todos los países, capacitándolos para hacer elecciones informadas y mejorar su propio impacto medioambiental.

Nuestros avances

Seguimos haciendo el mejor uso del entorno digital, envasado y punto de venta para informar a los consumidores sobre mejoras y problemas medioambientales.

En 2014 seguimos proporcionando información medioambiental basada en hechos, sustentada en datos científicos y demostrados a partir de Evaluaciones del Ciclo de Vida (LCA) a consumidores de 109 países (2013: 109 países).

Lanzamos la solución de Nestlé para Autorización de Comunicaciones Externas Sociales y Medioambientales (NESECA), una herramienta web interna para mejorar la calidad de las comunicaciones sociales y medioambientales externas.

Nuestra perspectiva

Creemos que proporcionar información medioambiental relevante y precisa sobre nuestros productos en diferentes puntos de contacto en el ciclo de vida del producto nos ayudará a aumentar la conciencia medioambiental de millones de personas que los utilizan. Comunicamos información medioambiental de base científica a nivel corporativo, de mercado y de marca de producto. Esto ayuda a los consumidores a hacer elecciones informadas y nos permite a nosotros promocionar un consumo más sostenible. Para conocer cómo se perciben nuestras actividades, analizamos constantemente los comentarios de los consumidores, realizamos estudios de marca y estamos al tanto de los principales estudios externos. Tal como demuestra nuestro rendimiento en las encuestas Corporate Equity Monitor 2013, cuando a los consumidores se les pidió que nos puntuaran a partir de la afirmación «Nestlé se preocupa por el medioambiente», obtuvimos un resultado superior a la media en 24 de los 31 países; además, Nestlé obtuvo un resultado considerablemente por encima del mejor competidor en 12 de esos mercados.

La herramienta NESECA ha reforzado nuestra validación interna de comunicaciones medioambientales y sociales con un proceso de aprobaciones más sólido, basado en datos fiables y documentados.

Asimismo, impulsamos el desarrollo de mejores prácticas de comunicación en colaboración con el sector y los gobiernos a través de la Mesa Redonda Europea sobre Consumo y Producción Alimentarios Sostenibles y la Iniciativa Europea «Huella ambiental de producto».




Contribuir a que los consumidores mejoren su impacto medioambiental

Hoy día, escaneando un código QR con un móvil los consumidores de *Everyday a+ Milk* y *Nestea* en la India pueden acceder a información a través de Internet para mejorar su impacto medioambiental a la hora de preparar su comida y limpiar. Pueden aprender a hacer el vaso ideal de té helado y leer consejos sobre ahorro energético, para su uso diario. El sitio web también recoge una sección de Ciclo de Vida del Producto, en la que se ofrece más información sobre la elaboración de los productos, como la leche UHT.

Nuestros empleados, derechos humanos y cumplimiento

Los Principios Corporativos Empresariales de Nestlé reflejan nuestro compromiso con una sólida cultura de cumplimiento como pilar no negociable de nuestro modo de hacer negocios. Apoyamos plenamente las directrices del Pacto Mundial de las Naciones Unidas sobre los derechos humanos y el trabajo y pretendemos ofrecer un ejemplo de buenas prácticas laborales y de derechos humanos en todas nuestras actividades empresariales. Nuestros principios son prácticos y estamos preparados para hacer todo lo necesario para garantizar que nuestra empresa se gestione de acuerdo con nuestro compromiso, lo que incluye tanto información interna (Sistema de Informes sobre Integridad) como auditorías externas (CARE).

 Nuestro propósito es cumplir nuestro compromiso al 31 de diciembre del año indicado respecto a todos los objetivos.

Nuestro compromiso

Evaluar y abordar cuestiones de derechos humanos en nuestras operaciones y cadenas de suministro

Nuestros objetivos

Para 2015 – Todos los países del FTSE-4Good³¹ en los que operamos están cubiertos y nuestros empleados reciben formación para reducir los riesgos en materia de derechos humanos en nuestras operaciones.

Para 2015 – Incluir los derechos humanos en las 12 categorías de materias primas cubiertas por las Directrices de Abastecimiento Responsable de Nestlé.

Nuestros avances

En 2014, dimos formación en derechos humanos a otros 7.485 empleados en once de los países FTSE4Good. Desde 2011, hemos formado a 49.444 empleados en 64 países.

Las 12 categorías de materias primas están cubiertas por la cláusula de derechos humanos de las Directrices de Abastecimiento Responsable de Nestlé, y algunas tienen otras cláusulas sobre derechos humanos específicas para las materias primas.

En 2014 realizamos Evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos en Pakistán y formalizamos como compromiso de Grupo nuestras Directrices de Abastecimiento Responsable para la cadena completa de suministro empezando desde las granjas.

Nuestra perspectiva

En Nestlé operamos con un respeto esencial a los derechos de las personas a las que empleamos, con las que hacemos negocios e interactuamos a lo largo de nuestra cadena de valor. El mantener estos altos estándares en toda la empresa nos hace más eficientes en nuestro enfoque de cumplimiento (por ejemplo, en nuestra lucha contra el trabajo infantil y la corrupción), al tiempo que garantiza que se respetan los derechos humanos, como la libertad de asociación de los trabajadores, el acceso al agua de las comunidades locales o la privacidad de los consumidores.

Continuamos desplegando nuestro Programa de Diligencia Debida de Derechos Humanos (HRDD) y nos esforzamos continuamente por mejorar en esta área.

La participación de los grupos de interés es uno de los ocho pilares del programa, de forma que en abril de 2014, basándonos en nuestro informe *Talking the Human Rights Walk* (Sobre nuestros avances en derechos humanos), consultamos a grupos de interés en Londres sobre nuestro enfoque de derechos humanos y desarrollo rural. El debate, facilitado por el Instituto Danés para los Derechos Humanos, reunió a 20 expertos en derechos humanos y desarrollo rural de ONG, organizaciones intergubernamentales, laboratorios de ideas y asociaciones comerciales. Los resultados de este debate se incorporarán a nuestro Programa HRDD y a las futuras Evaluaciones de impacto sobre derechos humanos que realicemos.



Obtener asesoramiento de los expertos

La Iniciativa de Responsabilidad Social Corporativa de la Harvard Kennedy School of Government es un programa multidisciplinar y de múltiples grupos de interés cuya finalidad es el estudio de las contribuciones públicas de la empresa privada, uniendo teoría y práctica mediante la intersección de la responsabilidad corporativa, el gobierno corporativo y la estrategia. La Iniciativa está desarrollando un caso de estudio sobre los ocho pilares del Programa de Diligencia Debida de Derechos Humanos de Nestlé, centrándose en los procesos internos y en las asociaciones externas que la empresa ha establecido con diferentes ONG. El caso de estudio analizará cómo el programa de la empresa se ajusta a los Principios sobre comercio y derechos humanos de las Naciones Unidas y la forma en que se implementa a nivel nacional en asociación con otros derechos humanos de Naciones Unidas y la forma en que se implementa a nivel nacional en asociación con otros.

12.458 agricultores sensibilizados sobre cuestiones de trabajo infantil en 2014



Nuestro compromiso

Eliminar el trabajo infantil en el cultivo de materias primas clave

Nuestro objetivo

Para 2015 –Completar planes de acción para reducir el trabajo infantil en las cadenas de suministro de cacao, avellanas y vainilla, formar a 60.000 granjeros en prácticas laborales, construir o reformar 60 escuelas y tener el 80% de las cooperativas cubiertas por un sistema de seguimiento y eliminación del trabajo infantil (100% para 2016).

Nuestros avances

En colaboración con la Fair Labor Association (FLA), nuestro Sistema de seguimiento y eliminación del trabajo infantil (CLMRS) identifica el alcance del trabajo infantil en nuestra cadena de suministro de cacao, nos ayuda a reconocer las causas subyacentes y desarrolla medidas adecuadas como respuesta.

Para finales de 2014, el sistema cubría 22 cooperativas de cacao, ayudándonos a identificar muchos casos de trabajo infantil en nuestra cadena de suministro y desarrollar medidas de eliminación.

12.458 agricultores y 35.736 miembros de la comunidad han sido sensibilizados sobre cuestiones de trabajo infantil mediante nuestro sistema CLMRS. En 2014, la FLA publicó los resultados de su primera auditoría de nuestra cadena de suministro de cacao en Costa de Marfil, destacando los puntos en donde necesitamos hacer más para cumplir con el código de conducta de la FLA. Para ver detalles concretos de los avances que hemos realizado a través del *Nestlé Cocoa Plan*, véase la página 21. La *Nestlé Responsible Sourcing of Vanilla Strategy* (Estrategia de abastecimiento responsable de vainilla de Nestlé) guía la labor de combatir el trabajo infantil en el sector de la vainilla de Madagascar, mediante inversiones en infraestructuras como escuelas y aportación de asistencia técnica, que han continuado en 2014.

Nuestra perspectiva

Aspiramos a evitar y eliminar todas las formas de trabajo infantil en nuestra cadena de suministro, respetando las circunstancias familiares y la legítima necesidad de desarrollo rural. Creemos que debemos ser

claros y transparentes respecto a la utilización de trabajo infantil en nuestra cadena de suministro y al modo en que lo abordamos. Necesitamos trabajar con otros, primero para identificar dónde es un problema el trabajo infantil y luego para atajar sus causas de raíz. Introdujimos nuestro Sistema de seguimiento y eliminación del trabajo infantil en 2013, siguiendo las recomendaciones de la FLA. Las causas subyacentes del trabajo infantil son complejas, y la mayoría de los casos de trabajo infantil en nuestra cadena de suministro se producen dentro de la unidad familiar. Abordar estos problemas exigirá que la industria, las ONG, los gobiernos y las autoridades locales colaboren con las comunidades. Nestlé responde de diversos modos, desde la inversión en escuelas hasta la colaboración con las autoridades para mejorar el acceso a los certificados de nacimiento y apoyar a las mujeres a asegurarse rentas personales más altas.



Capacitar a las mujeres para combatir el trabajo infantil

Las mujeres desempeñan un papel central en la lucha contra el trabajo infantil, ya que suelen ser responsables del cuidado del hogar. Nuestra visión es capacitar a las mujeres para mejorar sus medios de vida y eliminar el trabajo infantil actualizando las tres prioridades del Plan de Acción de Nestlé para las mujeres en la cadena de suministro del cacao: promover la igualdad de oportunidades, dar voz a las mujeres y ayudarles a aumentar sus ingresos. En 2014, lanzamos un programa de formación sobre conciencia de género en Costa de Marfil para proporcionar más oportunidades para mujeres, y eliminar diversos obstáculos sociales y culturales. Ampliaremos esta formación a todas las cooperativas para 2017. En colaboración con la FLA, trabajaremos con asociaciones de mujeres para aumentar su participación e incrementar su influencia en el sector. Dado que una de las causas principales del trabajo infantil es la falta de ingresos, también ayudaremos a las mujeres a cultivar otros productos para su comercialización.

³¹ FTSE4Good es el índice bursátil de inversión ética de la Bolsa de Londres. Se ha diseñado para medir objetivamente el desempeño de las empresas que cumplen con estándares de responsabilidad corporativa mundialmente reconocidos.



Nuestros empleados, derechos humanos y cumplimiento

Nuestro compromiso

Garantizar que todos los empleados y grupos de interés puedan informar fácilmente sobre posibles incumplimientos de normativas

Nuestros objetivos

Para 2015 – El Sistema de Informes sobre Integridad de Nestlé (sistema de comunicación de quejas) o equivalente estará operativo en el 100% de los Mercados Nestlé y habrá información disponible para empleados que describa las medidas tomadas por la empresa para gestionar preocupaciones y quejas.

Para 2015 – Ampliar nuestra comunicación sobre el sistema externo de reclamaciones «Tell us» a 5.000 proveedores y a 1.000 socios comerciales intermedios (es decir, distribuidores) de productos de Nestlé Nutrition, así como a países identificados en una primera fase por la empresa, para promover más información de incidencias de incumplimiento por parte de todos los grupos de interés.

Para 2016 – Aumentar el conocimiento de la existencia de líneas de información confidencial en toda la organización.

Para 2016 – Seguir ampliando la comunicación sobre «Tell us» a proveedores y socios comerciales intermedios.

Nuestros avances

El Sistema de Informes sobre Integridad se había implementado en el 98% de los países a finales de 2014³². Para promover la transparencia y un enfoque unificado, la cantidad total de mensajes y temas de incumplimiento sobre corrupción/sobornos, estilo de liderazgo, prácticas laborales, discriminación y acoso se han comunicado, desde 2013, a través del informe Nestlé en la sociedad: Creación de Valor Compartido.

Los proveedores activos son informados del sistema «Tell us» a través del Código de Proveedores.

Nuestra perspectiva

Animamos a los empleados, proveedores y grupos de interés a informar de prácticas o acciones indebidas o ilegales en Nestlé. Investigamos debidamente todas las quejas con imparcialidad y prohibimos tomar represalias por los informes recibidos. Cuando se descubre un incumplimiento, Nestlé actúa con decisión para ponerle fin de inmediato y tomar las medidas de respuesta adecuadas. Nos proponemos que el sistema «Tell us» esté accesible para todos los grupos de interés externos. Nuestra estrategia es ir aumentando gradualmente las comunicaciones, primero en una fase piloto en países identificados como áreas de mayor riesgo potencial, para luego expandirla a todos los países en los que Nestlé opera (y en donde las leyes de protección de datos lo permiten). Nuestro reto es contribuir a que la gente conozca nuestros diferentes canales de información y ofrecerles confianza para utilizarlos.

Nuestro compromiso

Trabajar contra la corrupción y el soborno

Nuestros objetivos

Para 2015 – Reforzar el Programa Anticorrupción y comunicarlo a todos los mercados y empresas. Desarrollar una nueva formación por internet sobre cumplimiento para garantizar que los empleados sepan lo que se espera de ellos.

Para 2016 – Adoptar procedimientos de aplicación locales de la Política Anticorrupción en aquellos mercados y empresas en donde es necesario un mayor refuerzo.

Para 2017 – Todos los empleados con ordenadores deberán realizar la formación de cumplimiento por internet.

Nuestros avances

Hemos incluido el Principio 10 sobre corrupción del Pacto Mundial de las Naciones Unidas en nuestros *Principios Corporativos Empresariales* y el *Código de Conducta Empresarial* desde 2004. En 2014, Nestlé firmó el Llamamiento de las Naciones Unidas a actuar contra la corrupción. Hemos proporcionado formación presencial y *on line* a los empleados desde 2008. En 2014, 9.369 personas realizaron una formación sobre temas relacionados con el soborno y la corrupción.

Nuestra perspectiva

Tenemos claro que para poder seguir operando necesitamos cumplir los más altos estándares de conducta empresarial en todas nuestras operaciones. Ese es el motivo por el que Nestlé promueve sus productos basándose en la calidad, el precio, la competitividad y la sostenibilidad, y no en función de ventajas indebidas. Trabajamos contra la corrupción en todas sus formas y actuamos con decisión para poner fin de forma inmediata a cualquier posible infracción contra las normas de integridad. Nuestro programa de auditoría CARE nos capacita para hacer un seguimiento de los procesos de anticorrupción, permitiendo la identificación de áreas de mejora o de oportunidades de formación adicional. Se anima a los empleados a informar de conductas indebidas a través del Sistema de Informes sobre Integridad.

³² Áreas de captación de agua legalmente protegidas o bajo acuerdo de conservación que, de dañarse o perderse, podrían afectar negativamente y de forma significativa o desproporcionada a los beneficios medioambientales, sociales, culturales o económicos derivados de la captación.

Nuestro compromiso

Garantizar que todas las unidades de Nestlé cuenten con sistemas de protección de seguridad y salud para todos los empleados

Nuestro objetivo

Para 2016 – Garantizar que se aplican sólidos sistemas de gestión de seguridad y salud, que cubran a todos los empleados, de modo que exista el mismo nivel de seguridad y protección en todos los negocios.

Nuestros avances

A finales de 2014, existían sistemas de gestión de seguridad y salud certificados OHSAS 18001 en 444 fábricas, 119 centros de distribución, 26 centros de I+D, 30 oficinas y 30 equipos de ventas (2013: 442 fábricas, 130 centros de distribución y 25 centros de I+D).

Se creó una red mundial de especialistas de seguridad y salud para ayudar a los empleados de oficinas y ventas a llevar a cabo su compromiso. Esta red comparte información y prácticas entre mercados y contribuye a identificar las buenas prácticas. En 2014, se pusieron en marcha planes de acción para cerrar los desfases de certificación restantes y se estableció un sólido sistema de seguimiento para llevar un registro de los avances de toda la empresa.

Nuestra perspectiva

Todas las industrias deben hacer frente a contingencias y peligros que les son propios. En Nestlé, la importancia de esos riesgos aumenta por la magnitud de nuestras operaciones globales. Aunque ya somos uno de los líderes en seguridad y salud de nuestro sector, nuestro objetivo es llegar a un nivel de auténtica excelencia, y nuestra meta final es cero accidentes laborales y relacionados con el trabajo. Este ambicioso objetivo, que está totalmente en línea con nuestros *Principios Corporativos Empresariales*, se encuentra respaldado por diversos programas e iniciativas incluidos en nuestro Mapa de ruta sobre salud y seguridad. Una de nuestras principales iniciativas es llevar el alcance de nuestro programa de seguridad y salud más allá de nuestras actividades de fabricación y distribución, para incluir a nuestros compañeros de I+D, ventas y oficinas. Este es el objetivo que subyace a nuestro compromiso de establecer sistemas de gestión certificados 18001 para toda nuestra plantilla.

Nuestro compromiso

Mejorar la igualdad de oportunidades de género

Nuestro objetivo

Para 2018 – Ser una empresa con una participación equilibrada de ambos sexos mediante la creación de condiciones capacitadoras en nuestro entorno de trabajo para lograr que aumente cada año el porcentaje de mujeres ejecutivas y altas directivas (miembros de dirección en los mercados y puestos esenciales en la sede central).

Nuestros avances

En 2014, el 25% de nuestros altos directivos y el 34% de nuestros ejecutivos eran mujeres (2013: 31%). Esto nos sitúa en la buena senda para lograr nuestro compromiso de 2018. Pusimos en marcha una formación sobre sesgo inconsciente y ya hay más de 77 formadores impartiendo entre nuestros directivos y profesionales de RR. HH. en todos nuestros mercados.

Nuestra perspectiva

Creemos que la diversidad en nuestra empresa y en nuestra cadena de suministro es un activo real y algo que debemos fomentar y cultivar. Además, la evolución del papel de las mujeres y los hombres en la sociedad en los últimos años ha creado una necesidad de equilibrio de género en todos los niveles de la empresa. Nestlé cree que las diferentes formas de pensar se complementan entre sí y generan mejores decisiones. Sin embargo, seguimos estando en contra de establecer cuotas artificiales. Preferimos implantar medidas estratégicas dirigidas a la creación de un ecosistema laboral en que hombres y mujeres puedan progresar en condiciones de igualdad.

En 2010 incluimos la iniciativa «Entorno laboral flexible de Nestlé» en las directrices de Nestlé, seguidas en 2012 por las Directrices «Fórmulas de trabajo flexible», para ayudar a los empleados a conciliar su vida profesional y personal en nuestra sede central. Desde entonces, más de 25 mercados han lanzado sus políticas específicas de trabajo flexible. Hemos implementado una serie de prácticas, bien acogidas tanto por hombres como por mujeres, como las salas de lactancia, los permisos de paternidad y las modalidades de trabajo flexible.



Samata Alidu, cultivadora de maíz y cosechadora de karité, Ghana

Samata Alidu, una cultivadora de maíz y cosechadora de karité de 40 años, vive en Gushie, al norte de Ghana. Es una de las 24.000 mujeres granjeras que han recibido formación sobre mejores prácticas agrícolas a través del proyecto de Nestlé Mejora de la Calidad de los Granos. Gracias a los consejos que ha recibido de nuestros agrónomos, ha podido duplicar sobradamente su producción.

«El impacto en la comunidad ha sido inmenso. Ahora puedo pagar la escuela de los niños. Y puedo permitirme hacerles sus uniformes del colegio. E incluso tengo algún dinero extra».



Nuestros empleados, derechos humanos y cumplimiento

Nuestro compromiso

Ofrecer 20.000 oportunidades de empleo a gente joven de menos de 30 años en Nestlé en Europa

Nuestro objetivo

Para 2016 – Nestlé contratará a 10.000 jóvenes y ofrecerá 10.000 becas o formación en prácticas a menores de 30 años en Europa, para ayudar a combatir el desempleo en este grupo de edad.

Nuestros avances

Tras el lanzamiento de *Nestlé needs YOUth*, nuestra iniciativa de empleo juvenil en Europa, en septiembre de 2014 lanzamos *Alliance For YOUth*. La Alianza reúne a las empresas para proporcionar becas de formación y empleo a tiempo completo a jóvenes. Alrededor de 200 empresas se han unido ya a esta iniciativa, que ha recibido un reconocimiento positivo de las instituciones, los gobiernos, las instituciones educativas y los sindicatos europeos.

A finales de 2014, *Nestlé needs YOUth* había ayudado a 11.832 jóvenes a conseguir empleo o recibir formación. Hemos celebrado más de 1.675 eventos de preparación para el trabajo, que han movilizad a 5.652 empleados en toda Europa.

El Consejero Delegado, Paul Bulcke, ha anunciado en el Foro CVC 2014 una ampliación de alcance global de la iniciativa. La Iniciativa Mundial sobre Juventud de Nestlé tiene dos objetivos: reclutar y desarrollar la próxima generación de líderes de Nestlé y ayudar a los jóvenes a realizar la transición desde el mundo académico al laboral (mediante programas de becas o de formación en prácticas y actividades de preparación para el trabajo). La propia Nestlé ha contratado a 7.690 jóvenes para puestos temporales y fijos, y a 4.142 becarios o aprendices menores de 30 años.

Nuestra perspectiva

Atraer y retener el mejor talento es esencial para ganar ventajas competitivas en una economía que se recupera lentamente. A medida que crecemos, tenemos también la oportunidad de respaldar la economía y preparar a la nueva generación de empleados de la que dependemos, ofreciéndoles oportunidades de formación y empleo. El desempleo juvenil es un serio problema en todo el mundo y este programa pronto se extenderá a escala mundial. En Europa, uno de cuatro jóvenes está desempleado. Nestlé se ha comprometido a ofrecer miles de empleos, becas y formación en prácticas a menores de 30 años para 2016. Se ofrecerán puestos en todos los negocios y niveles: de operarios de fábrica a vendedores y ejecutivos. Hacemos un seguimiento regular de nuestros avances frente a los objetivos de mercado en toda Europa. A través de la iniciativa *Nestlé needs YOUth*, damos a conocer mejor nuestra marca como empleador y ofrecemos valiosas oportunidades, como promover la colaboración entre nuestros mercados.



Alliance for YOUth

En junio de 2014, Nestlé lanzó *Alliance for YOUth* para movilizar empresas que estuvieran decididas a contribuir positivamente a atajar la crisis del desempleo juvenil en Europa. Alrededor de 200 empresas de toda Europa se habían unido a esta iniciativa a finales de 2014, comprometiéndose a crear más de 100.000 oportunidades para gente joven en los próximos años. *Alliance for YOUth* es el primer movimiento paneuropeo impulsado desde el sector empresarial para ayudar a los jóvenes a prepararse mejor para acceder al mundo profesional y aumentar sus oportunidades en un mercado laboral difícil.



Nuestro compromiso

Proporcionar formación y educación a nuestros empleados sobre Creación de Valor Compartido (CVC), nutrición (Coeficiente Nutricional) y sostenibilidad medioambiental

Nuestros objetivos

Con la formación y el apoyo adecuados, creemos que todo el mundo en Nestlé puede desempeñar un papel en la Creación de Valor Compartido.

Para 2014 – La Creación de Valor Compartido se ha integrado plenamente en todos los cursos impartidos en nuestro centro de formación internacional de Suiza (que llegan a unos 3.000 responsables actuales y futuros cada año), se ha diseñado y puesto a disposición de todos los empleados formación por internet, y se ha probado un nuevo curso piloto de liderazgo.

Para 2015 – En la formación de Coeficiente Nutricional (NQ)³³ nuestro compromiso general es que todos los empleados de Nestlé reciban al menos un curso de formación del Módulo Preparatorio de NQ antes del final de 2015, incluido un módulo de formación por internet.

Para 2016 – Reforzar nuestra capacidad para cumplir nuestros compromisos con sesiones de concienciación medioambiental para nuestros empleados. En 2016 se impartirá formación sobre conciencia medioambiental en todos los países.

Nuestros avances

La CVC ya está firmemente integrada en todos los cursos de nuestro centro de formación internacional de Suiza y en todas las Zonas (que llegan a unos 3.000 responsables actuales y futuros cada año).

En colaboración con ProfitAbility, hemos desarrollado un módulo de formación lúdico para ayudar a desarrollar el conocimiento y los comportamientos de CVC entre los responsables de Nestlé. Esta solución se ofrece en nuestro centro de formación y se desplegará a nivel mundial.

Para finales de 2014, 310.833 empleados de todo el mundo habían realizado formación NQ desde su lanzamiento en 2007³³. En 2014, 51.113 personas reciclaron su formación NQ (2013: 108.083).

Desarrollamos formación de concienciación medioambiental y sesiones educativas para empleados en 86 países (2013: 79 países). Seguimos desarrollando nuestro taller de Liderazgo en Sostenibilidad Medioambiental, con sesiones en el centro de formación internacional y en los Mercados. Iniciamos las sesiones de formación de formadores para impulsar su aceleración en los países en que operamos.

Los altos directivos también tienen la oportunidad de asistir al Programa de Empresa y Sostenibilidad Príncipe de Gales en la Universidad de Cambridge.

Nuestra perspectiva

Como empresa líder en Nutrición, Salud y Bienestar, nos preocupamos por nuestra propia gente y tratamos de ofrecer formación y educación que influya positivamente en sus actividades diarias. Empezamos a construir la CVC en nuestra formación de directivos para maximizar la capacidad y el conocimiento en los niveles de liderazgo. Proporcionamos formación sobre nutrición que se basa en las prioridades de salud pública más actuales, llamada NQ, a todos los empleados de Nestlé, con independencia de su lugar de trabajo o de sus condiciones laborales. Nuestro objetivo es ayudar a la gente a tomar decisiones informadas sobre su propia nutrición, la de su familia y, si fuera esa su función, la nutrición de los consumidores. En tercer lugar, estamos desarrollando programas de concienciación medioambiental para impulsar una cultura de mejora continua hacia prácticas empresariales sostenibles desde el punto de vista medioambiental. Nuestra dificultad en todo esto es encontrar el equilibrio entre la necesidad de comprometer y capacitar a la gente en la CVC y asegurarnos de que no los sobrecargamos con exceso de cursos e información. Un enfoque estratégico basado en las prioridades de la CVC es la clave.

³³ El Programa de formación de NQ de Nestlé ayuda a nuestros empleados a hacer elecciones nutricionales, tanto en el entorno laboral como en el personal, basándose en las pruebas científicas más recientes.

Participación de los grupos de interés

Mantener un diálogo efectivo con nuestros grupos de interés es básico para Crear Valor Compartido en toda la cadena de valor de Nestlé. Para cumplir nuestros compromisos necesitamos un enfoque de colaboración, por lo que es esencial que escuchemos y comprendamos los puntos de vista de nuestros grupos de interés y abordemos las expectativas actuales.

Nuestro enfoque

Nuestros compromisos mundiales y actividades se coordinan de forma centralizada y se lanzan a través de la serie de Foros de Creación de Valor Compartido y convocatorias periódicas de los grupos de interés. Nuestros negocios individuales también se comprometen con los grupos de interés a nivel nacional.

La Creación de Valor Compartido se centra en la función de la empresa a la hora de abordar los retos esenciales, especialmente aquellos relacionados con la nutrición, el desarrollo rural y el agua.

Las convocatorias de grupos de interés de Nestlé abordan problemas concretos para nuestra empresa y nuestras áreas de enfoque de Creación de Valor Compartido. Se han celebrado convocatorias de grupos de interés en 2007 (Ginebra), 2008 (Washington DC), 2009 (Ginebra y Kuala Lumpur), 2011 (Nueva Delhi y Londres), 2012 (Nairobi y Londres), 2013 (Londres) y 2014 (Londres y Yakarta).

Los resultados de las convocatorias se comunican a la alta dirección y se tienen en cuenta en el desarrollo de nuestras políticas, estrategias y acciones del año siguiente. Los comentarios recibidos también constituyen una sólida base para nuestro análisis de materialidad.

Foro sobre Creación de Valor Compartido 2014

El jueves 9 de octubre, Nestlé copatrocinó el VI Foro de Creación de Valor Compartido en Suiza, junto con la Conferencia sobre Comercio y Desarrollo de Naciones Unidas. Este año, hemos debatido como centrar la función del sector alimentario en la sociedad. El foro ofreció un espacio de debate y discusión en el que participaron más de 20 destacados expertos internacionales, procedentes de la administración pública, el mundo académico, la sociedad civil y el sector empresarial, y otros varios cientos. Los debates se centraron en cómo acelerar el desarrollo sostenible, con un foco clave en nutrición, agua y desarrollo rural. Más de 200 invitados asistieron en persona, 4.621 participaron a través de internet y el evento atrajo a 5.948 seguidores de Twitter.

Premio a la Creación de Valor Compartido 2014

Este año tuvimos el placer de anunciar que Honey Care Africa, una empresa de miel de comercio justo del este de África que actualmente trabaja con 15.000 granjeros en Sudán del Sur, fue la ganadora final del premio de Creación de Valor Compartido.

Convocatorias de los grupos de interés 2014

A nuestra convocatoria de grupos de interés de 2014 en Londres y Yakarta (49 y 91 grupos de interés, respectivamente) asistieron representantes de diversas ONG, miembros del mundo académico, de la administración pública y de organismos internacionales.

Los debates de este año se centraron fundamentalmente en el modelo de negocio de Nestlé y nuestro papel a la hora de influir en la acción colectiva y facilitar el cambio a partir del desarrollo sostenible.

Los asistentes manifestaron su reconocimiento hacia el enfoque de transparencia y escucha de Nestlé y valoraron las aportaciones de los cargos directivos. La impresión general de los grupos de interés fue que se prestaba atención a sus comentarios y se actuaba en consecuencia. Los participantes hicieron una serie de recomendaciones, por ejemplo en el área de nutrición, salud y bienestar (véase la página siguiente).

Grupos de interés externos clave

Nuestra red mundial de grupos de interés es extensa. Abarca desde las personas con las que interactuamos a través de nuestras operaciones, hasta aquellas cuyos cargos públicos afectan a nuestras actividades. Identificamos los siguientes grupos como esenciales para el éxito sostenido de nuestro negocio:

- Accionistas y la comunidad financiera
- Asociaciones comerciales y del sector
- Círculos académicos
- Clientes
- Comunidades
- Consumidores y el público en general
- Empleados
- Gobiernos
- ONG
- Organismos notificadoros
- Organizaciones intergubernamentales
- Proveedores (incluidos los agricultores y los pequeños productores)

«El premio de Creación de Valor Compartido es un fantástico reconocimiento del duro esfuerzo y la pasión de nuestro equipo, agricultores y clientes de África. Y lo que es aún más interesante, supone la oportunidad de construir una relación a largo plazo con Nestlé, al aprovechar nuestra cadena de suministro local sostenible con los recursos y la experiencia mundiales de Nestlé».

Madison Ayer, Presidente y Consejero Delegado de Honey Care África

Recomendaciones de los grupos de interés

Fuente: SustainAbility

<p>Desarrollar y comunicar una visión y ambición de CVC a largo plazo de Nestlé, en su conjunto y en cada área de enfoque de CVC.</p>	<p>Los grupos de interés desean que Nestlé exprese la visión a largo plazo que «la empresa de Nutrición, Salud y Bienestar líder en el mundo» va a perseguir en los próximos 5, 10 y 15 años, y posiblemente en diferentes países y regiones. Los grupos de interés animaron a Nestlé a seguir centrándose en los resultados garantizados por el cumplimiento de los compromisos contraídos en nutrición, salud y bienestar.</p>
<p>Potenciar cambios en la cartera de productos para ser el mejor en todas las categorías de productos, haciendo hincapié en «añadir buen material» y «eliminar las cosas malas», facilitando orientaciones útiles sobre raciones y, en última instancia, vendiendo las marcas poco saludables.</p>	<p>Los grupos de interés pidieron a Nestlé que siguiera abordando urgentemente los aspectos básicos de azúcar, grasa y sal, y que trabajase en el enriquecimiento con micronutrientes en los países de rentas medias y bajas. Algunos también manifestaron su deseo de que Nestlé, a la larga, venda los elementos menos saludables de su cartera, mientras que otros estaban interesados en saber cómo puede seguir mejorando sus orientaciones sobre raciones.</p>
<p>Comprometerse más activamente con la agenda de nutrición de la primera infancia.</p>	<p>Alentaron a Nestlé a que encuentre un espacio común con las organizaciones en esta área tan difícil. Los grupos de interés consideraron el retraso en el crecimiento y la obesidad infantil problemas de salud urgentes en los que Nestlé puede desempeñar un papel más activo en la búsqueda de soluciones.</p>
<p>Garantizar que el marketing de Nestlé es «impecable» en todos los mercados y que Nestlé utiliza su capacidad de influencia para impulsar una mejor comercialización en el sector.</p>	<p>Existe el deseo de que Nestlé haga que la industria se replantee el entorno de comercialización al que están expuestos los niños y a trabajar con los minoristas para impulsar prácticas de marketing responsables, como la reducción o eliminación de promociones multicompra de alimentos con alto contenido de azúcar, sal o grasa.</p>
<p>Utilizar la capacidad de promoción y el poder de convocatoria de Nestlé ante los gobiernos y los demás miembros de la industria para promover una nutrición y salud mejores.</p>	<p>Los grupos de interés desean que Nestlé presione a los gobiernos e influya positivamente en la legislación del sector en la agenda de salud y nutrición. Sugirieron que Nestlé podría liderar una contribución del sector para prevenir la diabetes y promover políticas de alimentación más saludables. Asimismo, animaron a Nestlé a combatir el hambre y la malnutrición, concentrándose de forma más concreta en el retraso del crecimiento.</p>
<p>Contribuir a que el sector en general aprenda a «hacer las cosas bien y obtener beneficios» e influir en el comportamiento de las empresas y los consumidores.</p>	<p>Los grupos de interés desearían que Nestlé sea transparente respecto a los desafíos a los que se enfrenta en lo relacionado con equilibrar beneficios y el cambio a corto y largo plazo, especialmente en entornos competitivos en los que otros no participan en una «carrera por el primer puesto», por ejemplo en regiones como China. Los grupos de interés también sugirieron que Nestlé promueva la investigación y obtención de datos que puedan utilizarse para impulsar un cambio de comportamiento de los consumidores o de la acción corporativa, como el coste económico de los residuos alimentarios o el modo de influir en decisiones de alimentación más saludables.</p>
<p>Potenciar los sistemas existentes en toda la cadena de suministro para captar la atención y aumentar el conocimiento y la concienciación de agricultores, proveedores, empleados, comunidades, consumidores, empresarios y estudiantes sobre temas de salud y nutrición (incluida la seguridad alimentaria y las enfermedades no contagiosas).</p>	<p>Los grupos de interés reconocieron que la nutrición es un tema amplio con una dinámica integrada, que engloba a toda la cadena de suministro (desde el agricultor hasta el consumidor: productores sanos - cultivos saneados - nutrición saludable - gente sana). Quieren ver cómo Nestlé amplía la concienciación y educación, especialmente en las áreas de salud pública, nutrición (niveles límite para el azúcar y la sal) y seguridad alimentaria, como medio de atajar las enfermedades no contagiosas y la «doble carga» de la malnutrición. Recomendación de que el proceso de concienciación se inicie a nivel local, comenzando, p. ej. por grupos de madres e hijos en las aldeas.</p>
<p>Intercambio de datos de investigación, información y mejores prácticas.</p>	<p>Los grupos de interés coincidieron en que la acción colectiva podría contribuir a llenar vacíos en la información y alinear la comunicación de mensajes públicos clave. Se hizo un llamamiento a Nestlé para que comparta sus datos y sus mejores prácticas procedentes de otros mercados con objeto de reproducirlos y ampliarlos en Indonesia, p. ej. el trabajo en derechos humanos y los datos sobre salud y nutrición, o el modelo «<i>greening supply chain</i>» de Pakistán.</p>
<p>Avanzar utilizando el lenguaje del cumplimiento en el triángulo del Informe de Creación de Valor Compartido y los compromisos, y ser más ambiciosos.</p>	<p>Los grupos de interés desean que Nestlé sea más reivindicativo acerca de sus metas más ambiciosas como mecanismo para influir en las mejores prácticas en todo el sector.</p>

Materialidad

¿Cuáles son los temas sustanciales?

Según las directrices G4 del Global Reporting Initiative (GRI), son temas sustanciales («materialidad»): «los que reflejan un impacto significativo económico, medioambiental o social de una organización, o que influyen sustancialmente en las valoraciones y decisiones de sus grupos de interés».

Es decir, «materialidad» es identificar las cuestiones más importantes para nuestro negocio y nuestros grupos de interés. Determinamos qué cuestiones económicas, sociales y medioambientales preocupan más a nuestros grupos de interés externos frente a los riesgos u oportunidades que suponen para Nestlé, incluidos los concernientes a nuestra reputación, operación o finanzas. Esto nos ayuda a cumplir una serie de objetivos:

- estar al tanto de los cambios y nuevos retos a los que se enfrenta nuestro negocio;
- ofrecer una sólida base para tomar decisiones sobre lo que cubre nuestro informe de Creación de Valor Compartido y garantizar que satisface las necesidades de información de los diferentes grupos de interés; y
- cumplir con los requisitos de materialidad G4 del GRI.

Renovar nuestra evaluación de materialidad

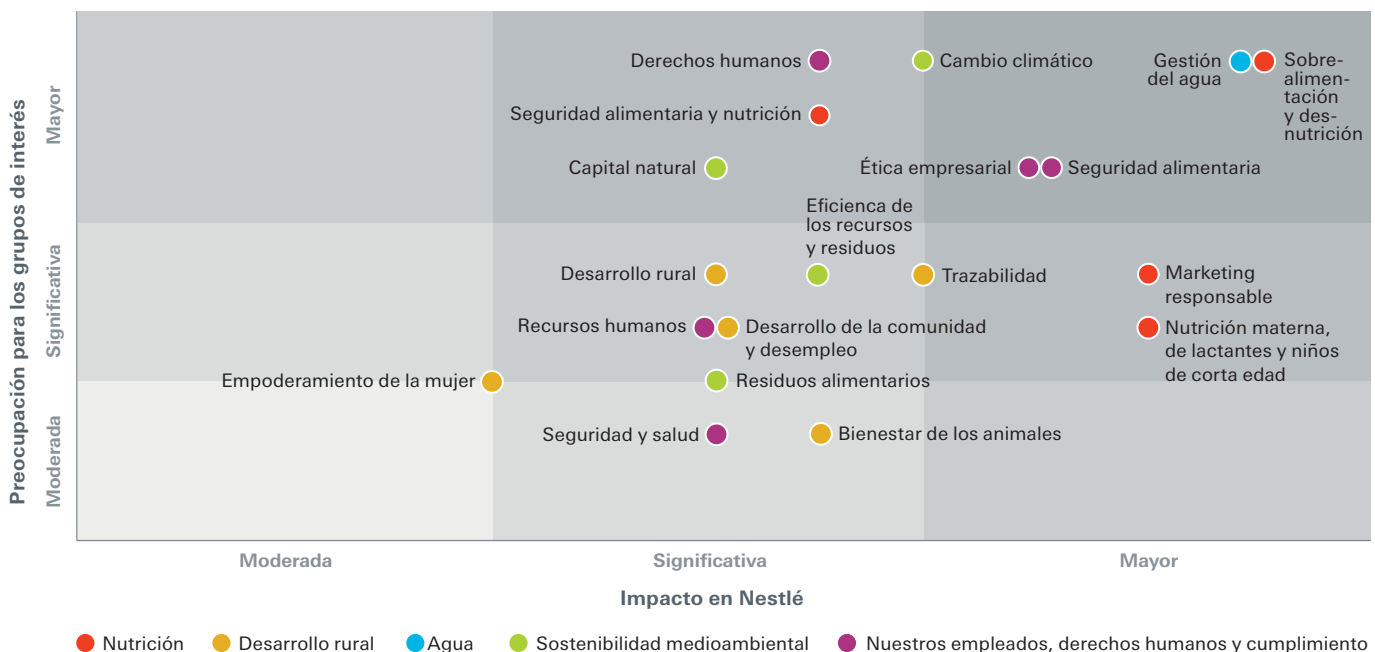
En 2014 contratamos a SustainAbility, un laboratorio de ideas independiente y asesor estratégico, para reevaluar los temas sustanciales de Nestlé. En SustainAbility han aplicado una metodología rigurosa que permite valorar y clasificar los temas sustanciales con mayor precisión que en años anteriores. La metodología implica en primer lugar identificar temas y el amplio conjunto de los grupos de interés externos que están interesados en cada uno de ellos, antes de evaluar el nivel de preocupación de los grupos de interés y el impacto comercial de cada tema, y situar dichos temas en una matriz de materialidad.

Este año prestamos mayor atención a los intereses y prioridades de la comunidad de inversión socialmente responsable a través de fuentes de seguimiento tales como el Índice de Acceso a la Nutrición, el Índice de Sostenibilidad Dow Jones, los acuerdos de accionistas y los informes de analistas del sector de la alimentación.

Evaluar impactos en la cadena de valor

Por primera vez en 2014, se consideraron y señalaron en el mapa de una cadena de valor temas sustanciales. Esto se hizo considerando dónde y cuándo se refleja en la cadena de valor el impacto financiero, operativo y de reputación de cada tema, por ejemplo, durante la producción agrícola, en la fase de la cadena de suministro, durante el procesado y la producción por parte de Nestlé, en el punto de venta o cuando el producto llega al consumidor. Este proceso nos permite centrar nuestro seguimiento e informe de un tema en las etapas de nuestra cadena de valor en las que tiene mayor impacto.

Matriz de materialidad de Nestlé de 2014



Temas sustanciales de Nestlé

Nuestra matriz de materialidad de 2013 se basaba en una actualización de la matriz de 2012, diseñada para profundizar y actualizar el análisis. La matriz de materialidad de 2014 se basa en una evaluación de materialidad completamente nueva.

Los siguientes temas son nuevos o se les ha dado un nuevo enfoque respecto al análisis de 2013:

- ética empresarial;
- nutrición materna, de lactantes y niños de corta edad;
- eficiencia de los recursos y residuos;
- trazabilidad;
- marketing responsable;
- recursos humanos;
- desarrollo de la comunidad y desempleo; y
- empoderamiento de la mujer.

Nuestros 19 temas sustanciales se han organizado en ocho categorías de CVC:

Nutrición	
Seguridad alimentaria y nutrición	Contribuir a la disponibilidad, y asequibilidad, de alimentos suficientes, seguros y nutritivos.
Sobrealimentación y desnutrición	Respalda una nutrición, salud y bienestar óptimos a lo largo de la vida. Ayudar a combatir la sobrealimentación, la desnutrición, las deficiencias de micronutrientes asociadas, los problemas como el sobrepeso y la obesidad, y las enfermedades no contagiosas mediante la transformación de la cartera, el desarrollo y la renovación de productos y servicios, y productos a precios populares.
Nutrición materna, de lactantes y niños de corta edad	Mejorar la nutrición de las madres, los lactantes y los niños de corta edad para lograr mejores resultados de salud y bienestar.
Marketing responsable	Comercializar de forma adecuada, atendiendo al público consumidor, y modelar el comportamiento de los consumidores para promover mejores resultados de salud y medioambientales.
Desarrollo rural	
Bienestar de los animales	Salvaguardar el bienestar de los animales en la cadena de suministro y en las pruebas de productos, y promover la salud y el bienestar de los animales.
Desarrollo rural	Promover directa e indirectamente la actividad económica y mejorar los medios de vida de los trabajadores del campo en la cadena de suministro, para impulsar comunidades agrícolas sostenibles.
Empoderamiento de la mujer	Empoderar a las mujeres para que participen plenamente en la sociedad y en la economía a lo largo de la cadena de valor.

Desarrollo comunitario	
Desarrollo de la comunidad y desempleo	Mejorar la vida de las personas a través de la comunidad y de la participación social, y mejorar el acceso al empleo, a la educación y al desarrollo de competencias.
Abastecimiento responsable	
Trazabilidad	Garantizar que los ingredientes clave se han cultivado y procesado de forma responsable y puede identificarse su origen, siempre que sea posible.
Agua	
Gestión del agua	Implantar acciones, individual o colectivamente, necesarias para la gestión sostenible de recursos hídricos compartidos, lo que incluye facilitar el acceso al agua, saneamiento e higiene.
Sostenibilidad medioambiental	
Cambio climático	Reducir las emisiones de gases con efecto invernadero y contribuir a mitigar y a adaptarse a los efectos negativos del cambio climático.
Residuos alimentarios	Evitar pérdidas de materias primas y residuos de productos alimentarios, incluso en la etapa de uso de los consumidores y postconsumo, distribución, fabricación y cultivo agrícola.
Capital natural	Identificar y proteger elementos del ecosistema que generan valor directa e indirectamente.
Eficiencia de los recursos y residuos	Aminorar el uso directo e indirecto de los recursos, reduciendo los residuos y optimizando oportunidades de recuperar, reutilizar o reciclar subproductos, y eliminar residuos de forma apropiada.
Derechos humanos y cumplimiento	
Ética empresarial	Apoyar los principios éticos en el negocio y el lugar de trabajo.
Seguridad alimentaria	Garantizar un producto de alta calidad y evitar riesgos para la salud que deriven de su manipulación, elaboración o almacenamiento a lo largo de la cadena de valor.
Derechos humanos	Respetar los derechos humanos en todas nuestras actividades comerciales, operaciones y cadenas de suministro.
Nuestros empleados	
Recursos humanos	Mantener relaciones positivas con los empleados y promover condiciones laborales positivas.
Seguridad y salud	Perseguir el objetivo de cero accidentes en el lugar de trabajo y promover comportamientos seguros y saludables de los empleados.

Tabla completa de compromisos



Nutrición

Compromiso	Objetivo	Cómo
Crear liderazgo en conocimientos de nutrición infantil	<ul style="list-style-type: none"> ● Para 2016 – Lanzar proyectos de investigación a gran escala en al menos 10 países de todo el mundo, incluidos los EE.UU., México, China y Rusia, para ampliar la comprensión sobre la nutrición infantil e informar sobre el desarrollo de nuestros productos y servicios¹. 	<p>Como parte de la Hoja de Ruta de Nutrición, Salud y Bienestar, realizar sondeos a gran escala para identificar las carencias nutricionales clave, comprender los patrones de dieta y estilos de vida de mujeres embarazadas, bebés y niños menores de 12 años con estudios como:</p> <p><i>Feeding Infants and Toddlers Study (FITS).</i></p> <p><i>Kids Nutrition and Health Study (KNHS).</i></p> <p>Estudios del Nestlé Nutrition Institute (NNI).</p>
Liderar el sector en investigación sobre nutrición y salud mediante colaboraciones	<ul style="list-style-type: none"> ● Para 2016 – Seguir desarrollando e integrando las capacidades en nutrición molecular y las estrategias clínicas del Instituto Nestlé de Ciencias de la Salud (NIHS) y la Unidad de Desarrollo Clínico de Nestlé (CDU) para mejorar la gestión de enfermedades mediante soluciones de nutrición. ● Para 2016 – Reenfocar el Centro de Investigación de Nestlé (NRC) en cinco plataformas clave con las que podamos aportar una diferencia positiva: Envejecimiento saludable; Placeres saludables; Primeros 1.000 días y Niños sanos; Nutrición sostenible; y Seguridad alimentaria e Integridad. 	<p>Creada en 2011, Nestlé Health Science es una filial totalmente participada de Nestlé. Su misión es utilizar los conocimientos generados por el Instituto Nestlé de Ciencias de la Salud (NIHS) para desarrollar soluciones innovadoras de nutrición para personas que sufren enfermedades crónicas. Nestlé Health Science se centra en cinco áreas: apoyo vital, salud del consumidor, salud mental, salud metabólica y salud gastrointestinal.</p>
Suministrar alimentos infantiles buenos y nutritivos	<ul style="list-style-type: none"> ● Para 2014 – El 100% de nuestros productos infantiles² cumple los criterios de Nestlé Nutritional Foundation³ para niños, basados en recomendaciones dietéticas y de la ciencia de nutrición, como las publicadas por la OMS y el Institute of Medicine. ⊕ Para 2015 – Mantener el 100% de nuestros productos infantiles² que cumplen todos los criterios de Nestlé Nutritional Foundation³ para niños. 	<p>Sistema de elaboración de perfiles nutricionales de Nestlé, en constante revisión para incorporar los datos científicos más recientes.</p> <p>Todos los productos infantiles evaluados con los criterios de Nestlé Nutritional Foundation³.</p> <p>Renovación de productos.</p> <p>Estrategia de Nestlé de Crecimiento Infantil Saludable.</p>
Ayudar a reducir el riesgo de desnutrición mediante enriquecimiento con micronutrientes	<ul style="list-style-type: none"> ● Para 2016 – Alcanzaremos los 200.000 millones de raciones anuales de alimentos y bebidas enriquecidos con micronutrientes en todo el mundo, contribuyendo a abordar las deficiencias globales de micronutrientes, con enfoque especial en los niños y las mujeres en edad reproductiva. ● Para 2015 – Desarrollaremos cultivos bioenriquecidos y lanzaremos nuevos productos en mercados clave para ampliar nuestra cartera de productos enriquecidos y beneficiar a las comunidades rurales agrícolas. 	<p>Política de enriquecimiento con micronutrientes de Nestlé: establece objetivos de enriquecimiento significativo y umbrales de seguridad (2000, actualizado 2011).</p> <p>Programa de Bioenriquecimiento de Nestlé: abastecimiento de cultivos alimentarios básicos desarrollados de forma convencional y bioenriquecidos para fomentar su siembra y consumo en los países en desarrollo.</p>
Reducir el sodio (sal) en nuestros productos	<ul style="list-style-type: none"> ● Para 2014 – El 100% de los productos infantiles² cumplen los criterios de sodio de Nestlé Nutritional Foundation³ para ayudar a promover la reducción de sal en las dietas infantiles. ● Para 2016 – Reducir en otro 10% el contenido de sal de todos los productos relevantes que no se ajustan a los criterios de Nestlé Nutritional Foundation³, asegurando una reducción de sal gradual incluso en las áreas más complicadas de nuestra cartera de productos. 	<p>Política de Sodio (sal) de Nestlé (2014) basada en las recomendaciones de la OMS.</p>

Indicador de objetivo: ● Alcanzado ● En curso ○ Iniciado ⊕ Nuevo objetivo

Nutrición

Compromiso	Objetivo	Cómo
Reducir el azúcar en nuestros productos	<ul style="list-style-type: none"> ❶ Para 2015 – Reducir el contenido de azúcar en todas las raciones de marcas de cereales para el desayuno para niños² y adolescentes⁴ hasta 9 g o menos por ración, para promover la reducción de azúcar en la dieta infantil. ❷ Para 2016 – Reducir en otro 10% el contenido de azúcar de todos los productos relevantes que no se ajustan a los criterios de Nestlé Nutritional Foundation³, para garantizar una mejora continua incluso en las áreas más complicadas de nuestra cartera de productos. 	Política de Azúcar de Nestlé (2007, actualizada en 2014) basada en las recomendaciones de la OMS.
Reducir las grasas saturadas y eliminar las grasas trans en nuestros productos ⁶	<ul style="list-style-type: none"> ❶ Para 2014 – El 100% de los productos infantiles² cumplen los criterios de grasas saturadas de Nestlé Nutritional Foundation³, lo que ayuda a promover la reducción de grasas saturadas en las dietas infantiles. ❷ Para 2016 – Reduciremos en otro 10% el contenido de grasas saturadas de todos los productos relevantes que no se ajustan a los criterios de Nestlé Nutritional Foundation³ y eliminaremos las grasas trans originadas a partir de aceites parcialmente hidrogenados (PHO), para garantizar una mejora continua incluso en las áreas más complicadas de nuestra cartera de productos. 	<p>Política de grasas saturadas de Nestlé (2009, actualizada en 2014), basada en las recomendaciones de la OMS.</p> <p>Política de grasas trans de Nestlé (2003, actualizada 2014), basada en las recomendaciones de la OMS.</p>
Fomentar el consumo de cereales integrales y verduras	<ul style="list-style-type: none"> ❶ Para 2015 – Para garantizar un alto contenido nutricional, habrá más grano integral que cualquier otro ingrediente en todas las raciones de cereales para el desayuno de niños² y adolescentes⁴. ❷ Para 2015 – El Programa de clases de cocina <i>Maggi</i> estará en marcha en 30 países, para promover que se cocine con grano integral y verduras. ❸ Para 2015 – El 90% de la cartera de productos <i>Maggi</i> de todo el mundo promoverá la cocina casera y las comidas con verduras. 	<p>Compromiso público de incorporar grano integral a los cereales para el desayuno.</p> <p>Promover el consumo de verduras mediante clases de cocina casera y una estructura de comidas sanas.</p>
Ofrecer información y consejos nutricionales en todas nuestras etiquetas	<ul style="list-style-type: none"> ❶ Para 2016 – Todos nuestros productos alimenticios y bebidas relevantes⁶ tendrán etiquetas CDO en el frontal del envase para informar a los consumidores de su contenido nutricional. ❷ Para 2016 – Introduciremos etiquetas CDO, basadas en valores de referencia infantiles para todos los productos diseñados para niños² (donde la legislación lo permita), para ayudar a los padres a hacer mejores elecciones nutricionales para sus hijos. ❸ Para 2016 – Hacer más accesible la información facilitando información adicional sobre el producto y consejos nutricionales en el envase, a través de códigos de Respuesta Rápida (QR) para smartphones. 	<p>Norma de Nestlé sobre etiquetado Nutritional Compass (2005, actualizado en 2011).</p> <p>Norma de Nestlé sobre nutrición/etiquetado CDO (Cantidad Diaria Orientativa).</p>
Ofrecer orientación sobre las raciones a los consumidores	<ul style="list-style-type: none"> ❶ Para 2015 – Proporcionar orientación sobre raciones en todos los productos infantiles² y familiares, para fomentar un consumo de raciones saludable. 	<p>Iniciativa Nestlé de orientación sobre las raciones.</p> <p>«Libros de raciones» de Nestlé publicados por categorías de producto y por zonas.</p> <p>Hacer que el tamaño de la ración y la frecuencia de consumo sean lo más intuitivas posible (lanzado en 2011).</p>

Compromiso	Objetivo	Cómo
Fomentar dietas y estilos de vida saludables, incluida la actividad física	<ul style="list-style-type: none"> ● Para 2015 – El Programa mundial <i>Nestlé Healthy Kids</i> estará en marcha en 80 países, con la activación del programa de Atletismo infantil de la Asociación Internacional de Federaciones de Atletismo (IAAF) para mejorar la nutrición, la salud y el bienestar de los niños de todo el mundo. 	Programa mundial <i>Nestlé Healthy Kids</i> (lanzado en 2009): enseñar a los escolares dietas saludables y estilos de vida activos, en asociación con grupos de interés expertos, como la Asociación Internacional de Federaciones de Atletismo (IAAF), en 2013.
Promover una hidratación sana como parte de un estilo de vida saludable	<ul style="list-style-type: none"> ● Para 2014 – Seguir implementando nuestro programa de concienciación sobre una hidratación sana entre profesionales de la salud, cuidadores y padres en todo el mundo, proporcionando una mejor comprensión de las ventajas del agua como elemento clave de una hidratación saludable. 	<p>Reunir pruebas médicas y aumentar la conciencia sobre el papel esencial de la hidratación en la salud, con enfoque especial en los niños (lanzado en 2010).</p> <p>Módulos sobre hidratación saludable del proyecto WET (Educación sobre el agua para profesores).</p> <p>Programa mundial <i>Nestlé Healthy Kids</i>.</p>
Implementar programas de educación nutricional para promover prácticas de buena nutrición	<ul style="list-style-type: none"> ⌚ En marcha – Ofrecer servicios de educación sobre nutrición y programas para profesionales de la salud que aborden problemas globales de desnutrición y sobrealimentación (Nestlé Nutrition Institute). ⌚ En marcha – Proporcionar educación nutricional práctica basada en la ciencia para padres y educadores centrada en la importancia de los 1.000 primeros días (desde la concepción hasta el segundo cumpleaños del niño), incluida la nutrición materna durante el embarazo, y promoviendo la lactancia materna como el mejor inicio en la vida (<i>Start Healthy Stay Healthy</i> de Nestlé). ⊕ Para 2015 – Nestlé Nutrition Institute llegará a más de un millón de profesionales de la salud mediante sus servicios educativos <i>on line</i> en nueve idiomas. ⊕ Para 2015 – <i>Start Healthy Stay Healthy</i> de Nestlé llegará a más de cinco millones de madres y cuidadores de todo el mundo con servicios de educación sobre nutrición plurilingües <i>on line</i>. 	<p>Nestlé Nutrition Institute (NNI) dirige programas y servicios para profesionales de la salud centrados en los primeros 1.000 días de vida, desde la concepción hasta el segundo cumpleaños del niño.</p> <p>Facilitar educación nutricional para padres y cuidadores sobre la importancia de los primeros 1.000 días (-9 meses hasta los 2 años). Esto incluye nutrición materna durante el embarazo y fomento de la lactancia materna como mejor inicio de la vida.</p> <p><i>Start Healthy Stay Healthy</i>, nuestro programa interactivo de educación con base científica.</p>
Garantizar una comunicación dirigida a niños que cumpla la política de marketing responsable	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ Para 2015 – Implementar una Política reforzada de comunicación de marketing dirigida a niños. 	Política de comunicación de marketing para niños.
Comercializar responsablemente los sucedáneos de la leche materna	<ul style="list-style-type: none"> ⌚ En marcha – Como parte de nuestros constantes esfuerzos por promover una buena nutrición en los primeros 1.000 días de vida y apoyar la lactancia materna, informamos públicamente de nuestros avances respecto a la comercialización responsable de sucedáneos de leche materna. ● Para 2014 – Garantizar que nuestro negocio recién adquirido de preparados para lactantes Wyeth Nutrition cumple los criterios del índice FTSE4Good. ⊕ Para 2015 – Continuar reforzando nuestras prácticas para garantizar que tanto Nestlé Infant Nutrition como Wyeth Infant Nutrition cumplen sistemáticamente los criterios sobre sucedáneos de leche materna. 	<p>Cumplimiento del Código de la OMS según su aplicación por los gobiernos nacionales y la «Política e instrucciones de Nestlé sobre implantación del Código de la OMS».</p> <p>Terceros independientes que comprueban y validan nuestras prácticas y políticas.</p>



Compromiso	Objetivo	Cómo
Desplegar el Marco de Desarrollo Rural para comprender las necesidades de los agricultores	<ul style="list-style-type: none"> ❶ Para 2015 – Seguir elaborando evaluaciones de referencia en países de importancia estratégica para nuestro negocio que presentan necesidades sociales apremiantes, para poder alinear mejor nuestras actividades y las prioridades de las comunidades locales. 	Nuestro Marco de Desarrollo Rural ⁷ nos ayuda a plantear un enfoque coherente para el desarrollo rural, que garantiza que nuestras actividades aborden temas reales sobre el terreno. Nos centramos en prioridades mundiales, pero conservamos la flexibilidad necesaria para enfrentarnos a retos locales concretos. Combina los enfoques de desarrollo y derechos humanos para abordar los retos a los que se enfrentan en las áreas rurales agricultores, trabajadores y comunidades rurales, centrándose en ocho aspectos esenciales (ingresos de los agricultores; conocimientos y capacidades; normas laborales; empoderamiento de las mujeres; agua potable y saneamiento; nutrición y salud; derechos de propiedad; y administración de los recursos naturales).
Implantar el abastecimiento responsable en nuestra cadena de suministro	<ul style="list-style-type: none"> ❶ Para 2015 – Mejorar y demostrar el cumplimiento del Código de Proveedores de Nestlé y realizar 10.000 auditorías de Abastecimiento responsable, 70% de estas con cumplimiento total. ❶ Para 2015 – Trazabilidad de un 40% del volumen de 12 materias primas prioritarias (aceite de palma; soja; azúcar; pulpa y papel; café; cacao; productos lácteos; pescado y mariscos; karité; vainilla; avellanas; y carne, aves de corral y huevos). 	<p>Código de Proveedores de Nestlé.</p> <p>Programa de Abastecimiento Responsable y Trazabilidad.</p> <p>Asociaciones con terceros.</p>
Desplegar el <i>Nestlé Cocoa Plan</i> entre los cultivadores de cacao	<ul style="list-style-type: none"> ❶ Para 2015 – Abastecernos de 100.000 toneladas de cacao con el <i>Nestlé Cocoa Plan</i>. ⊕ Para 2016 – Abastecernos de 120.000 toneladas de cacao con el <i>Nestlé Cocoa Plan</i> y completar la implantación de nuestro Sistema de seguimiento y eliminación del trabajo infantil para identificar el trabajo infantil en todas las cooperativas de Costa de Marfil del <i>Nestlé Cocoa Plan</i>. ⊕ Para 2017 – Abastecernos de 150.000 toneladas de cacao con el <i>Nestlé Cocoa Plan</i>. 	<p>Capacitando a los granjeros para gestionar sus granjas de forma rentable, eliminando el trabajo infantil y desarrollando una cadena de suministro sostenible para el cacao Nestlé.</p> <p>El <i>Nestlé Cocoa Plan</i> cubre Costa de Marfil, Ghana, Ecuador, Venezuela, México, Brasil e Indonesia.</p>
Desplegar el <i>Nescafé Plan</i> entre los cultivadores de café	<ul style="list-style-type: none"> ❶ Para 2015 – Mejorar la sostenibilidad de nuestra cadena de suministro de café, abastecernos de 180.000 toneladas de café de <i>Farmer Connect</i>⁸, 100% en línea con la norma básica de sostenibilidad 4C⁹. ❶ Para 2020 – Mejorar la calidad, cantidad y sostenibilidad de nuestra cadena de suministro de café, distribuir 220 millones de plántulas¹⁰ y abastecernos de 90.000 toneladas de café que cumplan con los principios de la Red de Agricultura Sostenible¹¹. 	<p>Centrarnos en el consumo, la producción y la fabricación sostenibles.</p> <p>Miembro del Código Común para la Comunidad del Café (4C).</p> <p>Asociación con la Rainforest Alliance.</p>

Compromiso	Objetivo	Cómo
Trabajar para lograr la eficiencia hídrica en todas nuestras operaciones	<ul style="list-style-type: none"> ● Para 2015 – Reducir el uso directo de agua por tonelada de producto en todas las categorías de producto para lograr una reducción global del 40% desde 2005. ● Para 2015 – Fijar e implementar directrices detalladas de diligencia debida sobre el derecho humano a agua e infraestructuras sanitarias. ● Para 2016 – Definir iniciativas de gestión del agua e iniciar su aplicación en cinco localidades de alta prioridad. ● Para 2016 – Implementar proyectos de ahorro de agua en el 100% de las fábricas de alta prioridad. ● Para 2016 – Realizar 45 nuevas revisiones hídricas en fábricas seleccionadas y en todas las fábricas de nuevo emplazamiento. 	Compromiso de Nestlé sobre gestión del agua.
Defender unas políticas y una gestión del agua eficaces	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ Para 2016 – Seguir creando asociaciones público-privadas en el marco del Grupo de Recursos Hídricos 2030 (2030 <i>Water Resources Group</i>), incorporando dos países nuevos cada año, y seguir desarrollando y difundiendo el Catálogo Mundial de Buenas Prácticas¹². ⊕ Para 2016 – Apoyar el lanzamiento de la Guía sobre el Mandato del Agua de los Directores Generales sobre Buenas prácticas comerciales del derecho humano a agua e infraestructuras sanitarias en determinados mercados¹³. ⊕ Para 2016 – Apoyar al Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible (WBCSD) a alcanzar 50 signatarios del <i>WASH Pledge</i> (Compromiso de acceso a agua potable, servicios sanitarios e higiene)¹⁴. ⊕ Para 2016 – Iniciar el proceso de despliegue del Estándar Internacional para la Gestión Sostenible del Agua de la Alianza para la Gestión Sostenible del Agua, aplicándolo al menos en cinco localidades¹². ⊕ Para 2016 – Trabajar con la Plataforma de Iniciativas para una Agricultura Sostenible y con el <i>Sustainable Food Lab</i> (Laboratorio de Alimentos Sostenibles) para implantar la iniciativa de colaboración de Atenuación y Evaluación de Riesgos Hídricos en al menos un área de abastecimiento de materias primas agrícolas¹⁵. 	Compromiso de Nestlé sobre gestión del agua.
Tratar eficazmente el agua que desechamos	<ul style="list-style-type: none"> ● Para 2016 – Implementar los nuevos y reforzados Requisitos Medioambientales de Nestlé sobre calidad del agua y gestión de aguas residuales en todas las fábricas para contribuir a proteger el medio ambiente. 	Compromiso de Nestlé sobre gestión del agua. Requisitos medioambientales de Nestlé.
Colaborar con los proveedores, especialmente los agrícolas	<ul style="list-style-type: none"> ● Para 2015 – Definir y empezar a aplicar planes de acción para ahorrar agua en nuestra cadena de suministro de café, azúcar, arroz y cereales en localidades de alta prioridad 	Compromiso de Nestlé sobre gestión del agua. Iniciativa Mundial para una Agricultura Sostenible.
Aumentar la conciencia en torno a la conservación del agua y mejorar el acceso al agua e infraestructuras sanitarias en toda nuestra cadena de valor	<ul style="list-style-type: none"> ● Para 2015 – Todos los empleados de Nestlé tendrán acceso adecuado a agua potable, servicios sanitarios y de higiene en el lugar de trabajo. ● Para 2016 – 350.000 personas de comunidades locales se beneficiarán de proyectos de acceso a agua, servicios sanitarios e higiene alrededor de nuestras fábricas y en zonas de <i>Farmer Connect</i>. 	Compromiso de Nestlé sobre gestión del agua. El Compromiso del Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible de acceso a agua potable, saneamiento e higiene en el lugar de trabajo (<i>WASH Pledge</i>).

Indicador de objetivo: ● Alcanzado ● En curso ○ Iniciado ⊕ Nuevo objetivo



Sostenibilidad medioambiental

Compromiso	Objetivo	Cómo
Mejorar el uso eficiente de los recursos en nuestras operaciones	<ul style="list-style-type: none"> ● Para 2015 – Alcanzar el nivel cero de residuos en un 10% de nuestras fábricas. ● Para 2015 – Disminuir el consumo de energía por tonelada de producto en todas las categorías de producto hasta una reducción global del 25% desde 2005. 	<p>Política de Nestlé sobre Sostenibilidad Medioambiental.</p> <p>Sistemas de Gestión Medioambiental de Nestlé.</p> <p>Compromiso de Nestlé para evitar el Despilfarro de Alimentos.</p>
Mejorar el rendimiento medioambiental en nuestros envases	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ Para 2017 – Seguir analizando y optimizando de forma sistemática nuestra cartera de envasados, evitando el uso de al menos 100.000 toneladas de material para embalaje. 	<p>Política de Nestlé sobre Sostenibilidad Medioambiental.</p> <p>Sistemas de Gestión Medioambiental de Nestlé.</p> <p>Herramienta para una rápida evaluación del impacto del material de envasado (PIQET)/EcodEX (<i>Ecodesign for Sustainable Product Development and Introduction</i>).</p>
Evaluar y reducir el impacto medioambiental de nuestros productos	<ul style="list-style-type: none"> ● Para 2014 – Trasladar la herramienta de diseño ecológico EcodEX a todos los centros de investigación y desarrollo¹⁶. ① Para 2017 – Seguir ampliando el alcance de nuestras bases de datos a materias primas agrícolas utilizadas en EcodEX. ① Para 2017 – Identificar o actualizar y abordar puntos conflictivos de sostenibilidad en 15 categorías de producto. 	<p>Política de Nestlé sobre Sostenibilidad Medioambiental.</p> <p>Programa de Sostenibilidad por diseño.</p> <p>Red de Sostenibilidad por diseño.</p> <p>Herramienta de diseño ecológico EcodEX que cubre toda la cadena de valor.</p> <p>Sistema de evaluación del ciclo de vida (LCA).</p> <p>Perfiles de Categoría de Sostenibilidad de Nestlé.</p>
Ofrecer liderazgo en cambio climático	<ul style="list-style-type: none"> ● Para 2014 – Ampliar el uso de refrigerantes naturales, que no dañan la capa de ozono y tienen un efecto insignificante en el cambio climático, en nuestros sistemas de refrigeración industrial. ① Para 2015 – Todas nuestras nuevas cámaras congeladoras de helados usarán refrigerantes naturales. ● Para 2015 – Para contribuir a la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero, reducir nuestras emisiones directas de estos gases por tonelada de producto en un 35% desde 2005, lo que supondrá una reducción absoluta de emisiones de gases de efecto invernadero. 	<p>Política de Nestlé sobre Sostenibilidad Medioambiental.</p> <p>Compromiso de Nestlé sobre cambio climático.</p>
Conservar el patrimonio natural, incluidos los bosques	<ul style="list-style-type: none"> ① Para 2015 – Contrastar un 30% del volumen de nuestras 12 materias primas clave con nuestras Directrices de Abastecimiento Responsable y cumplirlas o poner en marcha planes de mejora para conservar el patrimonio natural. ① Para 2015 – Se están aplicando programas de mejora en todas las fábricas adyacentes a Áreas de Agua Importantes¹⁷ para mejorar nuestro impacto en la zona circundante. 	<p>Directrices de Abastecimiento Responsable de Nestlé.</p> <p>Compromiso de Nestlé por un Uso responsable de las materias primas de origen agrícola.</p> <p>Política de Nestlé sobre Sostenibilidad Medioambiental.</p> <p>Programa de sostenibilidad por diseño.</p> <p>Red de sostenibilidad por diseño.</p> <p>Herramienta de diseño ecológico EcodEX que cubre toda la cadena de valor.</p> <p>Sistema de evaluación del ciclo de vida (LCA).</p>
Facilitar el diálogo y la información medioambiental relevante y precisa	<ul style="list-style-type: none"> ① Para 2016 – Proporcionar información medioambiental basada en datos a los consumidores de todos los países, capacitándolos para hacer elecciones informadas y mejorar su propio impacto medioambiental. 	<p>Política de Nestlé sobre Sostenibilidad Medioambiental.</p> <p>Norma de Comunicaciones de Marcas y Creación de Valor Compartido de Nestlé.</p>



Nuestros empleados, derechos humanos y cumplimiento

Compromiso	Objetivo	Cómo
Evaluar y abordar cuestiones de derechos humanos en nuestras operaciones y cadenas de suministro	<ul style="list-style-type: none"> 🕒 Para 2015 – Todos los países del FTSE4Good¹⁸ en los que operamos están cubiertos y nuestros empleados reciben formación para reducir los riesgos en materia de derechos humanos en nuestras operaciones. ● Para 2015 – Incluir los derechos humanos en las 12 categorías de materias primas cubiertas por las Directrices de Abastecimiento Responsable de Nestlé. 	<p>Principios Corporativos Empresariales de Nestlé.</p> <p>Código de Proveedores de Nestlé.</p> <p>Directrices de Abastecimiento Responsable de Nestlé.</p> <p>Programa de Diligencia Debida de Derechos Humanos.</p> <p>Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.</p> <p>Colaboración con el Instituto Danés para los Derechos Humanos.</p>
Eliminar el trabajo infantil en el cultivo de materias primas clave	<ul style="list-style-type: none"> 🕒 Para 2015 – Completar planes de acción para reducir el trabajo infantil en las cadenas de suministro de cacao, avellanas y vainilla, formar a 60.000 granjeros en prácticas laborales, construir o reformar 60 escuelas y tener el 80% de las cooperativas cubiertas por un sistema de seguimiento y eliminación del trabajo infantil (100% para 2016). 	<p>Directrices de Abastecimiento Responsable de Nestlé.</p> <p>Informe de Progreso de Nestlé sobre Abastecimiento responsable de Vainilla en Madagascar.</p> <p>Informe de Progreso de Nestlé sobre Abastecimiento responsable de avellanas en Turquía.</p> <p>Plan de acción de Nestlé sobre Abastecimiento responsable de cacao en Costa de Marfil.</p> <p>Miembro de la <i>Fair Labor Association</i> (FLA).</p>
Garantizar que todos los empleados y grupos de interés puedan informar fácilmente sobre posibles incumplimientos de normativas	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ Para 2015 – El Sistema de Informes sobre Integridad de Nestlé o equivalente estará operativo en el 100% de los mercados Nestlé y habrá información disponible para empleados que describa las medidas tomadas por la empresa para gestionar preocupaciones y quejas. ⊕ Para 2015 – Ampliar nuestra comunicación sobre el sistema externo de reclamaciones «Tell us» a 5.000 proveedores y a 1.000 socios comerciales intermedios (es decir, distribuidores) de productos de Nestlé Nutrition, así como a países identificados en primera fase por la empresa, para seguir facilitando la notificación de incidencias de incumplimiento por parte de todos los grupos de interés. ⊕ Para 2016 – Aumentar el conocimiento de la existencia de líneas de información confidencial en toda la organización. ⊕ Para 2016 – Seguir ampliando la comunicación sobre «Tell us» a proveedores y socios comerciales intermedios. 	<p>Código de Proveedores de Nestlé.</p> <p>Código de Conducta Empresarial de Nestlé.</p> <p>Política Anticorrupción.</p> <p>Principios Corporativos Empresariales de Nestlé.</p>
Trabajar contra la corrupción y el soborno	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ Para 2015 – Reforzar el Programa Anticorrupción y comunicarlo a todos los mercados y empresas. Desarrollar una nueva formación por internet sobre cumplimiento para garantizar que los empleados sepan lo que se espera de ellos. ⊕ Para 2016 – Adoptar procedimientos de aplicación locales de la Política Anticorrupción en aquellos mercados y empresas en donde es necesario un mayor refuerzo. ⊕ Para 2017 – Todos los empleados con ordenadores deberán realizar la formación de cumplimiento por internet. 	<p>Principios Corporativos Empresariales de Nestlé.</p> <p>Código de Conducta Empresarial.</p>

Indicador de objetivo: ● Alcanzado 🕒 En curso ○ Iniciado ⊕ Nuevo objetivo



Nuestros empleados, derechos humanos y cumplimiento

Compromiso	Objetivo	Cómo
Garantizar que todas las unidades de Nestlé cuenten con sistemas de protección de seguridad y salud para todos los empleados	<p>● Para 2016 – Garantizar que se aplican sólidos sistemas de gestión de seguridad y salud, que cubran a todos los empleados, de modo que exista el mismo nivel de seguridad y protección en todos los negocios.</p>	<p>Ampliar el alcance de los sistemas de gestión actuales para garantizar que todos los empleados están cubiertos, incluido el personal de las fábricas, la cadena de suministro, I+D, oficinas y ventas.</p> <p>Hacer uso de auditores externos para comprobar la implantación y los sistemas de certificación respecto a OHSAS 18001.</p>
Mejorar la igualdad de oportunidades de género	<p>● Para 2018 – Ser una empresa con una participación equilibrada de ambos sexos mediante la creación de condiciones capacitadoras en nuestro entorno de trabajo para lograr que aumente cada año el porcentaje de mujeres ejecutivas y altas directivas (miembros de dirección en los mercados y puestos esenciales en la sede central).</p>	<p>Principios de Gestión y Liderazgo de Nestlé, y Principios Corporativos Empresariales.</p>
Ofrecer 20.000 oportunidades de empleo a gente joven de menos de 30 años en Nestlé en Europa	<p>● Para 2016 – Nestlé contratará a 10.000 jóvenes y ofrecerá 10.000 becas o formación en prácticas a menores de 30 años en Europa, para ayudar a combatir el desempleo en este grupo de edad.</p>	<p>Mejorar la contratación directa.</p> <p>Reforzar las prácticas y becas de trabajo en todos los mercados europeos.</p> <p>Programa <i>Nestlé needs YOUth</i>.</p> <p><i>Alliance for YOUth</i>.</p>
Proporcionar formación y educación a nuestros empleados sobre Creación de Valor Compartido (CVC), nutrición (Coeficiente Nutricional) y sostenibilidad medioambiental	<p>● Para 2014 – La Creación de Valor Compartido se ha integrado plenamente en todos los cursos impartidos en nuestro centro de formación internacional de Suiza (que llegan a unos 3.000 responsables actuales y futuros cada año), se ha diseñado y puesto a disposición de todos los empleados formación por internet, y se ha probado un nuevo curso piloto de liderazgo.</p> <p>● Para 2015 – En la formación de Coeficiente Nutricional (NQ)¹⁹ nuestro compromiso general es que todos los empleados de Nestlé reciban al menos un curso de formación del Módulo Preparatorio de NQ antes del final de 2015, incluido un módulo de formación por internet.</p> <p>● Para 2016 – Reforzar nuestra capacidad para cumplir nuestros compromisos con sesiones de concienciación medioambiental para nuestros empleados. En 2016 se impartirá formación sobre conciencia medioambiental en todos los países.</p>	<p>CVC integral para programas de desarrollo y formación mundiales.</p> <p>Programa de formación NQ (Coeficiente Nutricional)¹⁹; Hoja de Ruta de Nutrición, Salud y Bienestar; <i>United for Healthier Kids</i>.</p> <p>La Política de Nestlé sobre sostenibilidad medioambiental seguida a través del Plan maestro de sostenibilidad medioambiental.</p>

- 1 Rusia ha sustituido a Francia como uno de los países del objetivo.
- 2 Productos para un sector de consumidores en el que un 50% o más son menores de 12 años, o que están diseñados o se perciben como diseñados para este grupo de edad.
- 3 Los criterios de Nestlé Nutritional Foundation se basan en las recomendaciones dietéticas de salud pública y de la ciencia de la nutrición, tales como las de la OMS, del Institute of Medicine y otras autoridades mundiales o locales. Nuestros productos se evalúan respecto a dichos criterios, usando el sistema de elaboración de perfiles nutricionales de Nestlé, que determina su valor nutricional y su ajuste a Nestlé Nutritional Foundation.
- 4 Productos para un sector de consumidores en el que un 50% o más son menores de 18 años, y entre los que hay más adolescentes que niños.
- 5 Este compromiso se refiere a las grasas trans originadas en aceites parcialmente hidrogenados en nuestros productos.
- 6 Productos de uso diario significativo por humanos (no mascotas) que aportan calorías, y con una superficie en el envase suficiente para contener una etiqueta CDO.
- 7 Creado con el objetivo de agrupar nuestras actividades de desarrollo rural, el marco –respaldado por nuestro Compromiso con el Desarrollo Rural– consta de tres pilares sustentados en la alineación, la colaboración y el apoyo: prosperidad para los granjeros; trabajadores productivos y respetados; y comunidades prósperas.
- 8 Nuestro programa de abastecimiento directo de granjeros por el que nos comprometemos con el suministro local de materias primas, la provisión de ayuda técnica y la colaboración para cumplir los criterios más altos de abastecimiento.
- 9 La Asociación Código Común para la Comunidad del Café (4C) es un grupo integrado por múltiples partes interesadas con miembros comerciales e industriales, de la sociedad civil y empresas activas en la cadena de suministro del café.
- 10 Cifra total de 2010 a 2020.
- 11 Coalición internacional de grupos de conservación destacados en agricultura sostenible que cuenta con normas de protección medioambiental, responsabilidad social y vitalidad económica.
- 12 Esto es una ampliación de nuestro objetivo 2014.
- 13 Nuestro objetivo 2014 de contribuir a las Directrices se ha alcanzado.
- 14 Nuestro objetivo 2014 de contribuir a la ISO 14046: Huella hídrica: Principios, requisitos y directrices se ha alcanzado.
- 15 Nuestro objetivo 2014 de usar los principios del Estándar AWS como guía de autoevaluación en determinadas localidades de alta prioridad se ha alcanzado.
- 16 Los lugares comprenden centros de I+D y Centros de Tecnología de Productos.
- 17 Áreas de captación de agua legalmente protegidas o bajo acuerdo de conservación que, de dañarse o perderse, podrían afectar negativamente y de forma significativa o desproporcionada a los beneficios medioambientales, sociales, culturales o económicos derivados de la captación.
- 18 FTSE4Good es el índice bursátil de inversión ética de la Bolsa de Londres. Se ha diseñado para medir objetivamente el desempeño de las empresas que cumplen con estándares de responsabilidad corporativa mundialmente reconocidos.
- 19 El Programa de formación de NQ de Nestlé ayuda a nuestros empleados a hacer elecciones nutricionales, tanto en el entorno laboral como en el personal, basándose en las pruebas científicas más recientes.

© Marzo 2015, Nestlé S.A., Public Affairs

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

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

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

Concepto y redacción

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

Concepto visual y diseño

Nestec S.A., Corporate Identity & Design, con Flag Communication

Fotografía

Nana Kofi Acquah, Markus Bühler-Rasom, Frederic Courbet/Panos Pictures, Kieran Dodds/Panos Pictures, Sam Faulkner/NB Pictures, Shiho Fukada/Panos Pictures, Nicolas Genta, Piotr Malecki/Panos Pictures, Eduardo Martino/Panos Pictures, Qilai Shen/Panos Pictures, Kristian Skeie, Alicia Vera, Nestlé S.A.