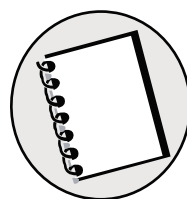


# 1ª Jornada sobre Responsabilidad Social en el Sector Alimentario

“La cooperación como estrategia para  
contribuir con estilos de vida más saludables”



Junio 2013



**Acompañan este evento:**



**Auspicios Institucionales:**

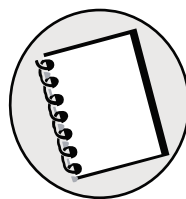




La profundización de la Responsabilidad Social Empresaria – como modelo de gestión de los negocios - exige una reconfiguración no sólo de las relaciones al interior de cada empresa sino también de la interacción entre Empresa – Estado – Sociedad Civil. Se trata de transitar de manera conjunta la maximización de la creación de “valor compartido” en tres dimensiones: económica, social y ambiental, para avanzar en procesos de construcción colectiva de una cultura socialmente responsable.

En este sentido, se trabaja fuertemente en el desarrollo y fortalecimiento de los hábitos de vida saludable, ambiente y negocios responsables, mediante la educación y la comunicación. En complementariedad se implementan distintas acciones de RSE desde la Industria de Alimentos y Bebidas, permitiendo una cercanía directa con el entorno social.

En este documento podrá encontrar un breve resumen de algunos de los programas de RSE que llevan adelante cámaras e industrias de alimentos y bebidas en todo el país, reafirmando el carácter federal de este sector estratégico de la economía nacional.



## LA RESPONSABILIDAD SOCIAL INSTITUCIONAL



El crecimiento del concepto de responsabilidad social ha generado en todos los ámbitos diferentes reacciones que contemplan su capacidad de escuchar, atender, comprender y satisfacer las expectativas de sus interlocutores.

Todas las personas han comenzado a comprender la importancia de relacionarse con el entorno privilegiando el bien común.

Las empresas adaptan sus actividades para adecuarse al interés social y desarrollan programas sustentables para ordenar los esfuerzos. Las autoridades estimulan la conciencia colectiva de todos los actores. Y las organizaciones civiles contribuyen a fijar un marco ético y científico de referencia para el desarrollo de las conductas responsables.

Las Instituciones también realizan acciones directas. La difusión del conocimiento valioso es una muestra. A través de estudios, consensos, aprobaciones, posiciones y otros instrumentos similares las organizaciones no gubernamentales muestran conductas responsables.

Sin embargo, la forma que más se ajusta a la aplicación de esta corriente de pensamiento solidario en las instituciones son las campañas de educación, diagnóstico y concientización sobre cuestiones de salud, muchas veces coordinadas con otros sectores incluyendo las autoridades y la industria.

Son ejemplos de la realización de actividades para la comunidad en paralelo a los Congresos o en otras oportunidades:

- Charlas de orientación nutricional
- Actividades físicas colectivas (caminatas y otras)
- Diagnóstico callejero de estado nutricional y metabólico
- Clases sobre nutrición en escuelas
- Educación diabetológica

Desde hace muchos años se ha venido colaborado en la instalación de hábitos alimentarios saludables orientando a la sociedad a realizar mejores elecciones, que es la esencia de la responsabilidad social.



## LA RSE COMO MODELO DE GESTIÓN Y CREACIÓN DE “VALOR COMPARTIDO”

Las transformaciones en el contexto global y local han conducido a la industria de alimentos y bebidas a un replanteamiento de sus acciones. Las nuevas relaciones que se dan entre el sector productivo y la sociedad, intentan generar una sinergia para adaptarse a las exigencias de los consumidores y a su vez responder responsablemente para mantener la confianza. La interacción Industria-Estado y Sociedad Civil se ha transformado en un eje central de trabajo, para fortalecer las acciones que contribuyen a promover una mejora en las dimensiones de educación, salud y medio ambiente.

En ese espíritu, las cámaras y empresas socias de COPAL, así como la propia entidad, trabajan fuertemente en el desarrollo y fortalecimiento de los hábitos de vida saludable, ambiente y negocios responsables, mediante la educación, la comunicación y distintas herramientas que promueven una mejora en la calidad de vida.

La entidad lleva adelante:

- Programas de difusión del trabajo de entidades como la Red Argentina del Banco de Alimentos, Cáritas y Nutrición 10 Hambre Cero.
- **Fomenta el desarrollo de programas de donación de productos por parte de sus asociados**
- Realiza acciones de difusión y capacitación en materia de nutrición y salud en distintos eventos. Por ejemplo, en los últimos 3 años, se desarrollaron actividades de educación y recreativas para niños y adolescentes en Tecnópolis.
- **Desarrolla un curso virtual sobre RSE orientado a PyMEs**
- Acompaña y difunde las acciones de los distintos niveles de gobierno: nación, provincias y municipios, en materia de vida saludable y de prevención de enfermedades no transmisibles (convenios voluntarios de reducción de sodio, eliminación de grasas trans, implementación de kioscos saludables, entre otros).
- **Articula acciones con distintas entidades de la sociedad científica para promover documentos de difusión en materia de vida saludable.**

El rasgo común de estos esfuerzos sin dudas es “la creación de valor compartido” entre los distintos actores del sector agroalimentario, el Estado y la Sociedad Civil.

Se trata de transitar un camino de construcción colectiva para generar un modelo de gestión responsable.

## **COPAL y sus Cámaras socias:**

**A.D.I.A.C. - ASOCIACIÓN DE LA INDUSTRIA DE LA ALIMENTACIÓN DE CÓRDOBA**

**A.F.A.C. - ASOCIACIÓN DE FABRICANTES ARGENTINOS DE COCA COLA**

**A.F.A.D.H.Y.A. - ASOCIACIÓN FABRICANTES ARTESANALES DE HELADOS Y AFINES**

**ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES MOLINEROS DE CORRIENTES**

**BODEGAS DE ARGENTINA**

**C.A.D.E.S.R.E.D.E.Y.A. - CÁMARA ARGENTINA DE ESTABLECIMIENTOS DE SERVICIO RÁPIDO DE EXPENDIO DE EMPAREDADOS Y AFINES**

**C.A.D.I.B.S.A - CÁMARA ARGENTINA DE LA INDUSTRIA DE BEBIDAS SIN ALCOHOL**

**C.A.D.I.M.A. - CÁMARA ARGENTINA DE LA INDUSTRIA DE MARGARINAS Y AFINES**

**F.I.L.A. - FEDERACIÓN DE LA INDUSTRIA LICORISTA ARGENTINA**

**C.A.F.E.P.A. - CÁMARA ARGENTINA DE FABRICANTES DE PRODUCTOS AROMATICOS**

**C.A.F.I. - CÁMARA ARGENTINA DE FRUTICULTORES INTEGRADOS**

**C.A.I.Ch.A. - CÁMARA ARGENTINA DE LA INDUSTRIA DE CHACINADOS Y AFINES**

**C.A.P.E.C.A. - CÁMARA DE ARMADORES DE PESQUEROS CONGELADORES DE LA REPÚBLICA ARGENTINA**

**C.E.P.A. - CENTRO DE EMPRESAS PROCESADORAS AVÍCOLAS**

**C.I.L. - CENTRO DE LA INDUSTRIA LECHERA**

**C.I.P.A. - CÁMARA DE INDUSTRIALES DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS**

**C.L.E.R.A. - CÁMARA DE LEGUMBRES DE LA REPÚBLICA ARGENTINA**

**C.A.F.A.D.Y.A - CÁMARA DE FABRICANTES DE ALIMENTOS DIETETICOS Y AFINES**

**C.A.F.A.G.D.A. - CÁMARA DE FABRICANTES DE ALMIDONES, GLUCOSAS, DERIVADOS Y AFINES**

**C.A.F.I.M. - CÁMARA DE LA FRUTA INDUSTRIALIZADA DE MENDOZA**

**CÁMARA ARGENTINA DE BEBIDAS ENERGÉTICAS**

**CÁMARA ARGENTINA DE ELABORADORES DE SALSAS, MAYONESAS, COND. Y AFINES**

**CÁMARA DE LA INDUSTRIA CERVECERA ARGENTINA**

**CÁMARA ARGENTINA DEL CAFÉ**

**CÁMARA ARGENTINA DEL TÉ**

**C.A.A. - CENTRO AZUCARERO ARGENTINO**

**CONSORCIO DE EXPORTADORES DE CARNES ARGENTINAS**

**F.A.I.M. - FEDERACIÓN ARGENTINA DE LA INDUSTRIA MOLINERA**

**FEDERCITRUS - FEDERACIÓN ARGENTINA DEL CITRUS**

**FEDERACIÓN ARGENTINA DE LA INDUSTRIA DE AGUAS, GASEOSAS Y BEBIDAS SIN ALCOHOL**

**FEDERACIÓN ARGENTINA DE PRODUCTORES E INDUSTRIALIZADORES DE SAL**

**FEDERACIÓN DE MOLINEROS DE YERBA**

**F.I.P.A.A. - FEDERACIÓN DE INDUSTRIAS DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS Y AFINES**

**U.I.F.R.A. - UNIÓN DE INDUSTRIALES FIDEEROS DE LA REPÚBLICA ARGENTINA**





BODEGAS DE ARGENTINA AC

## BODEGAS DE ARGENTINA

Es una cámara empresaria que nuclea a gran parte de las bodegas de todo el país. Representa a más de 250 empresas.

### TRIVENTO *Bodegas y Viñedo* TRIVENTO

BODEGAS Y VIÑEDOS

#### EN QUÉ CONSISTEN LOS PROGRAMAS:

**COMUNIDAD:** El plan 2013, está orientado a canalizar fuertes campañas solidarias, segmentadas por cada estación del año. El objetivo es dirigir la política de donaciones de productos y recursos con foco en la educación. Se trabaja con escuelas de las comunidades más próximas, a través de instituciones y acciones que fomenten la educación.

**Otoño:** Vendimia útilmente solidaria, donando 500 útiles a la escuela N°1-040, Juan José Viamonte y a la Escuela España, Tres Porteñas. A los cuales se les hará entrega de dos equipos informáticos completos a cada una.

**Invierno:** Donación de alimentos y ropa.

**Primavera:** Donación de leche a instituciones.

**Verano:** Navidad Solidaria.

**Proyecto de Terminalidad Educativa:** Contribuye a fomentar la finalización de los estudios de educación media.

**Turismo y Escuela:** Permite tener un cupo de asistencia gratuita a la Bodega para visitarla, hacer un recorrido y conocer sus procesos de elaboración, con prioridad a las escuelas rurales y de bajos recursos.

**Política de Donaciones:** Se acompaña a la comunidad con un esquema de donaciones, según los requerimientos.

**Otras acciones:** Día del Niño Solidario, Acciones en conjunto con el Banco de Alimentos, "Enólogos por un día", se realiza dentro del programa Turismo y Escuela.

**IMPACTO:** El proyecto de Terminalidad Educativa alcanzó a 74 alumnos.

Del programa Turismo y Escuela participaron 170 estudiantes.

Donación de más de 500 útiles escolares, 18 equipos informáticos, 300 botellas de vino. Más de 35 instituciones beneficiadas y 16 campañas solidarias lanzadas el año pasado.

**AMBIENTE:** Durante 2012, se realizó la medición de huella de carbono en toda la cadena productiva. A raíz de los resultados se consensuaron acciones para disminuir las emisiones de gases de efecto invernadero. Además, se realizaron tareas de mejora de efluentes, lo cual está previsto continuar durante este año con dichas mejoras.



## GRUPO PEÑAFLOR GRUPO PEÑAFLOR BODEGAS ARGENTINAS LÍDERES

Han adoptado un modelo de gestión basado en la generación de valor económico, social y ambiental, guiados por los principios del Pacto Global de RSE.

Todos los Centros de Operaciones se desarrollan con el compromiso de llevar adelante una gestión que sea amigable con el medioambiente y cercana hacia las personas, tanto con sus trabajadores, como con las comunidades donde están presentes, los accionistas, clientes, consumidores y proveedores. Actualmente, el Grupo Peñaflor se encuentra en proceso de certificación del Programa de Responsabilidad Social y Comercio Justo, denominado Fair for Life.

### EN QUÉ CONSISTEN LOS PROGRAMAS:

**AMBIENTE:** A fines de 2012 inició el proceso de implementación de la norma ISO 14001, bajo la cual se desarrolla el Sistema de Gestión Ambiental. El programa de implementación y certificaciones se extenderá por 18 meses.

**LUCHA CONTRA EL TRABAJO INFANTIL:** El Grupo Peñaflor es socio fundador de la RED de Empresas Contra el Trabajo Infantil que se formalizó en 2007, a partir de la firma de un convenio entre el Ministerio de Trabajo Empleo y Seguridad Social, CONAETI (Comisión Nacional para la Erradicación del Trabajo Infantil) y más de 80 empresas de primera línea. La RED genera y apoya programas para la prevención y erradicación del trabajo infantil.



## BODEGA GONZÁLES VIDELA CARLOS GONZALEZ VIDELA

Plan global de RSE que incluye viviendas propias para empleados y la presencia de una maestra todo el año en la finca, entre otras acciones.



## BODEGA TAPIZ FINCAS PATAGÓNICAS BODEGA TAPIZ

Trabajan en la certificación de normas con el fin de mejorar la gestión ambiental del negocio.



## FINCA LA CELIA FINCA LA CELIA

Desde hace tiempo realizan acciones en el ámbito de la Sustentabilidad y Responsabilidad Social.



## COOPERATIVA LA RIOJANA

Trabajan bajo las Normas FLO de Comercio Justo, actividad que se inició en 2006. Además cuentan con un Plan Fair Trade que apuesta al desarrollo socio - económico sostenible de la comunidad y un Plan de Desarrollo Medioambiental que periódicamente se actualiza.

## KAIKEN KAIKEN

Trabajan en la certificación de normas con el fin de mejorar la gestión ambiental del negocio.





## FINCA AGOSTINO



Conjuntamente con el área de calidad y turismo, llevan a cabo el Plan de desarrollo de RSE.

## BODEGA ROCA



La política de RSE de la empresa está especialmente orientada a la educación y la gestión sustentable del medio ambiente.

### EN QUÉ CONSISTEN LOS PROGRAMAS:

**AMBIENTE:** Se implementa riego por goteo en los viñedos y se trabaja en el programa Producción Limpia junto a la comisión de Bodegas de Argentina.

**EDUCACIÓN:** Ofrecen visitas en todos los niveles educativos sobre la producción vitivinícola y periódicamente se realizan capacitaciones para el personal de hoteles, vinotecas y restaurantes relacionados con el mundo del vino.

## DOLIUM



Sponsorean el programa "DOLWINES-Haciendo vinos en la escuela", avalado por Bodegas de Argentina entre otros organismos, recibiendo centenares de niños y enseñando a revalorizar la cultura y el amor por el trabajo de la tierra.

## BODEGA NAVARRO CORREAS



### EN QUÉ CONSISTEN LOS PROGRAMAS:

**AMBIENTE:** Implementa sistemas de gestión ambiental certificados por ISO 14.001:2004.

**EDUCACIÓN:**

**Learning for Life (Aprendiendo para la vida):** Es un programa de becas que tiene como objetivo la formación de profesionales en sectores productivos de interés para el desarrollo local. Empezó en 2009 y fue creciendo en cantidad de beneficiados y localidades.

**Voluntariado en escuelas:** colaboración con útiles escolares, alimentos, abrigos, artefactos, electrodomésticos, juguetes didácticos.

**IMPACTO:** Mendoza: 118 becas (Auxiliar gastronómico/Asistente turístico/Asistente hotelero)

Misiones: 118 becas (Bartender/Asistente hotelero)

Salta: 70 becas (Auxiliar gastronómico/Camarero/Bartender)

Córdoba: 36 becas (Camarero/Bartender/Repositor)

**Charity Awards:** es un programa en el cual los empleados de la empresa pueden sugerir diferentes instituciones (comedores, iglesias, refugios, bomberos, etc) para el sorteo de USD 1.000 dólares, que se entrega en su equivalente en comida, vestimenta, o lo que la institución requiera.

#### EN QUÉ CONSISTE EL PROGRAMA:

**Programa “Guardería en Vendimia”:** Es un proyecto que tiene como objetivo la erradicación del Trabajo Infantil. Cuando hablamos de erradicar este tipo de prácticas nos referimos no sólo a que los niños no trabajen, sino también de que ellos estén y permanezcan en la Escuela, reciban atención acorde a su edad, realicen actividades recreativas y deportivas. Con este espíritu es que Bodegas y Viñedos Crotta fue la primera Empresa Vitivinícola que puso en funcionamiento un Jardín para niños, y lleva a cabo desde hace ya 9 años el mencionado programa.

El jardincito comenzó funcionando en una de las casas de la finca donde viven y se albergan los vendimiadores. En su primera edición contó sólo con dos salas y un baño. Hoy cuenta con edificio propio compuesto de 3 salas, dos baños y cocina. Además tiene patio de juegos cercado y de uso exclusivo.

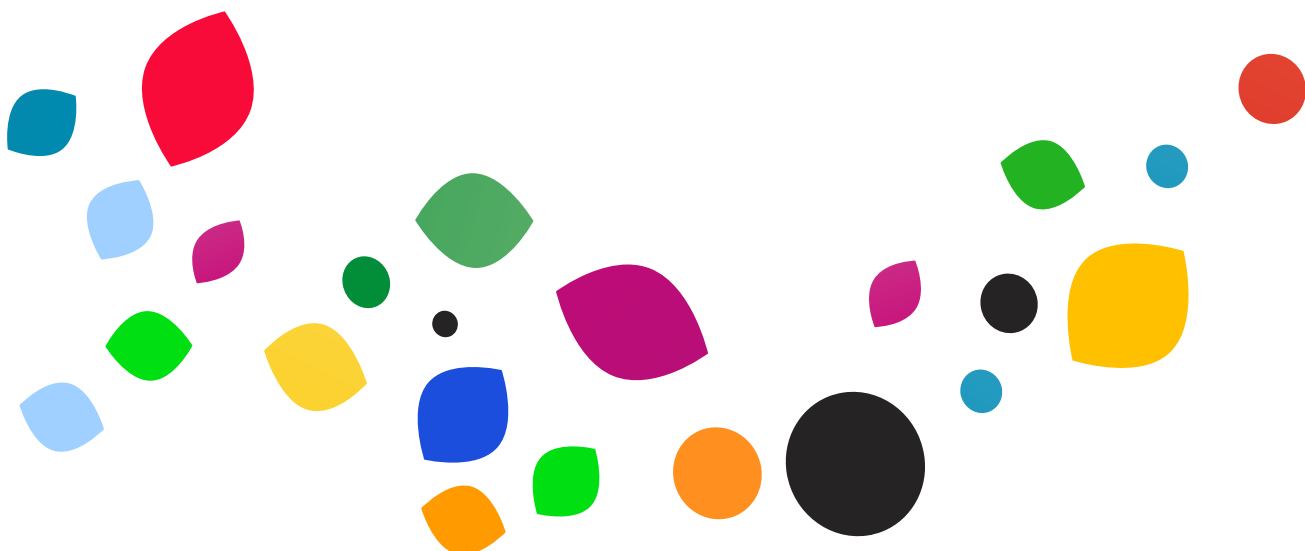
La actividad se desarrolla según la siguiente descripción: Durante el período escolar, los pequeños que se encuentren en edad de asistir a clases, lo hacen, asegurando su asistencia a través de la provisión del transporte para que lleguen a la misma, como así también, controlando, con la colaboración de la Directora, su asistencia. Por lo tanto, asisten a la guardería a contra turno; momento en que el personal docente les brinda apoyo escolar.

Los menores de 5 años están a cargo de docentes especializados donde reciben actividad recreativa, hábitos de higiene y salud, estímulo para desarrollar las funciones básicas, preparándolos así para la lecto-escritura.

Este establecimiento sólo funciona durante los meses de cosecha.

**IMPACTO:** Después de haber aplicado este proyecto por ocho años consecutivos, se han logrado en su totalidad los objetivos propuestos; porque los papás pueden comprobar que trabajaban mucho más tranquilos, las esposas pueden ayudar a sus maridos, obteniendo así un mayor rédito económico, mientras que los niños permanecen en un lugar adecuado para ellos.

Este tipo de prácticas fortalecen la productividad de los empleados y por ende la de la Empresa, construye sociedades más equitativas y prepara niños con un buen porvenir. Fundamentalmente porque le da a las personas la oportunidad de dignificarse a través del trabajo.





## CÁMARA ARGENTINA DE LA INDUSTRIA DE BEBIDAS SIN ALCOHOL

Camara que nuclea y representa a las 36 más importantes empresas de la industria.

### COCA-COLA Argentina Argentina

Bajo su misión de refrescar al mundo, inspirar momentos de optimismo y felicidad y crear valor y hacer una diferencia positiva, Coca-Cola ha emprendido un camino hacia la sustentabilidad entendida como pilar fundamental de su negocio. En este camino, la Compañía ha establecido metas a largo plazo, plasmadas en su Visión 2020, para cada uno de los pilares en los que trabaja: desde la ampliación del portafolio para ofrecer productos para cada estilo de vida y necesidad, la promoción de la vida activa, el desarrollo de las comunidades en las que opera a través de la educación, hasta el uso eficiente del agua y la energía, el desarrollo de envases cada vez más sustentables y la creación de un gran lugar para trabajar.

#### EN QUÉ CONSISTEN LOS PROGRAMAS:



**“Dale Juguemos”** es una iniciativa de Coca-Cola junto a Fundación Educacional para promover la actividad física en los recreos, incentivar el valor del compañerismo a través del juego y brindar información nutricional. Más de 460.000 alumnos ya recibieron materiales deportivos y guías con propuestas de juegos para usar en los recreos y materiales didácticos para el aula, para ser implementados durante dos meses. Además, los docentes reciben capacitaciones en temas de nutrición y educación física, a cargo de Fundación Educacional. El Programa ha sido certificado bajo el estándar internacional ISO 9001. “Dale Juguemos” ha sido declarado de Interés Educativo por el Ministerio de Educación de la Nación (2012).

El programa se desarrolla a lo largo de siete semanas consecutivas, de primero a sexto grado, en escuelas primarias públicas de todo el país. El alcance del programa supera los límites del colegio y llega hasta las familias y el ámbito del hogar. A tal fin, se desarrolló una Guía para la Familia con consejos y juegos para que los padres acompañen y promuevan una vida más activa. Asimismo, el programa está presente en el Museo de Niños Abasto, a través de un ámbito de juegos interactivos donde los chicos pueden divertirse y moverse.

**IMPACTO:** Más de 460.000 alumnos ya recibieron materiales deportivos y guías con propuestas de juegos para usar en los recreos y materiales didácticos para el aula, para ser implementados durante dos meses.



**“Copa Coca - Cola”:** Desde el año 2003, es el torneo intercolegial de fútbol más importante del país en el que han participado más de 90.000 chicos. Con la convicción de que la unión de actividad física y diversión es el mejor camino para transitar a pleno todas las etapas de la vida, la Copa rescata los valores esenciales del deporte: el compañerismo, el juego limpio y un estilo de vida activo. La Copa Coca-Cola se juega a nivel nacional entre los meses de agosto y noviembre. Participan gratuitamente estudiantes varones y mujeres de entre 13 y 15 años, de más de 600 escuelas de todo el país. Los equipos que clasifican en la etapa nacional de este campeonato intercolegial, viajan a Buenos Aires para competir en el predio de la Asociación del Fútbol Argentino (AFA) y para luego disputar la Gran Final en los estadios de River Plate o Boca Juniors.

**IMPACTO:** Desde el año 2003, es el torneo intercolegial de fútbol más importante del país, en el que han participado más de 90000 chicos de más de 700 escuelas.



**“Baila Fanta”:** “Baila Fanta” es un concurso intercolegial de baile que invita a los jóvenes de todo el país a divertirse y expresar su alegría. Dirigido a chicos de entre 13 a 16 años, “Baila Fanta” se lanzó en mayo de 2012 en seis plazas de todo el país: Córdoba, La Plata, Neuquén, Buenos Aires, Corrientes y Tucumán. Los jóvenes participan en grupos mixtos y reciben coaching para sus representaciones. Los grupos que se clasifican para la final nacional acceden también a un asesoramiento especial para que sus representaciones puedan verse y ser vividas de manera “profesional”. “Baila Fanta” ha sido declarado de Interés Educativo por el Ministerio de Educación de la Nación (2012).

**IMPACTO:** Durante el año 2012, en su primera edición, participaron 110 equipos, involucrando a 1.320 participantes.

**Escuela Taller Pescar:** Desde 2004, en Coca-Cola de Argentina trabajamos junto a Village Cines y Fundación Pescar Argentina con el objetivo de capacitar a adolescentes con escasas oportunidades ofreciéndoles herramientas personales y profesionales para facilitar su inserción laboral.

**IMPACTO:** Ya se graduaron siete promociones en las localidades de Avellaneda y Pilar, lo que representa a más de 110 chicos.

**Escuelas del Bicentenario:** Desde el año 2009 Coca-Cola apoya el proyecto de IIPE UNESCO, “Escuelas del Bicentenario”, que tiene por objetivos colaborar con la mejora de escuelas primarias públicas que atienden a población vulnerable en todo el país y contribuir con el diseño de políticas públicas que contribuyan a la mejora escolar.

**IMPACTO:** Actualmente, el proyecto se realiza en: Tucumán, Chaco, Corrientes, Córdoba, Buenos Aires y Santa Cruz. Atiende a 132 escuelas públicas y dos Institutos Superiores de Formación Docente, abarcando una población de alrededor de 50.000 niños y más de 2.000 directivos y docentes.

**Becas Conin:** Junto a Fundación Conin colaboramos con la capacitación de más de 2.400 chicos y madres para evitar la desnutrición infantil. En el año 2004, apoyamos a la Fundación Conin a través de la construcción del Centro Modelo de Prevención de la Desnutrición Infantil y Promoción Humana “El Plumerillo”, en Las Heras, Mendoza. A partir de 2005, otorgamos becas a niños y madres que concurren a esta institución para que reciban una atención integral con el fin de erradicar la desnutrición. Un amplio equipo de profesionales, que incluye nutricionistas, psicopedagogos y asistentes sociales trabaja para educar y capacitar a 400 familias. Los chicos participan de clases, reciben atención primaria en todas las áreas y sus mamás participan en talleres de alfabetización y oficios. A su vez, se creó el Manual de Procedimientos del Centro, con el objetivo de lograr información uniforme en todos los centros Conin para trabajar en una verdadera red por la nutrición infantil.

**IMPACTO:** Se capacitaron a más de 2.400 chicos y madres

**Becas con cimientos:** Desde 2002 colaboramos junto a la Fundación Cimientos para promover el acceso a la educación y evitar el abandono escolar en sectores vulnerables.

**Red Cimientos:** A través de un programa de alianzas con organizaciones sociales locales se busca fortalecer el alcance de Cimientos a lo largo del país.

**IMPACTO:** El programa supera las 5.300 becas en todo el país.

**Gestión ambiental:** Como parte de su compromiso permanente con la sustentabilidad, Coca-Cola se concentra en iniciativas para proteger el ambiente y promover el desarrollo de las comunidades en donde opera.

La Compañía es pionera en el desarrollo de nuevas tecnologías que permiten reciclar envases post consumo y transformarlos en nuevas botellas producidas con hasta un 20% de material reciclado. Este proceso, ya en marcha, disminuye el uso de materia prima virgen, contribuyendo con el medio ambiente. Dentro de esta política se ha buscado, entre otros objetivos, aligerar el peso de los envases y promover el mayor uso de empaques retornables, fabricando inclusive algunos a partir de materias primas renovables como la resina para la "PlantBottle". Este nombre se relaciona al uso de hasta un 30% de material de origen vegetal 100% reciclable, tal como ocurre con el resto de los envases PET. Fue introducido en Argentina y en Chile merced a un trabajo colaborativo a nivel mundial.

**IMPACTO:** La Compañía ha logrado reducir en 10.811 toneladas el consumo de PET en la región sur de América Latina, aligerando el peso de las botellas, usando menos materia prima virgen. En este marco, se ha lanzado recientemente un nuevo envase denominado "Eco-Flex", utilizado en Bonaqua. Este envase, cuyo peso es de tan solo 12,3 gr., lo convierte en el más liviano de su género en el mercado.

A su vez, y a través de esta mayor oferta de envases retornables, Coca-Cola incentiva a la gente a la reutilización, lo que hace que los retornables estén representando hoy en un 35% del total de envases del mercado.

**Reciclado de envases:** Mediante el trabajo articulado con la ONG "Dónde Reciclo", se creó una plataforma wiki que permite a aquellos interesados en reciclar, puedan identificar los puntos más cercanos para depositar sus envases así como sitios nuevos que hasta ese momento desconocían. Este es un ejemplo concreto de co-creación, donde toda la comunidad se beneficia.

**Plazas de felicidad:** Este proyecto impulsa primordialmente el concepto de reciclar junto a diversas municipalidades, a través de la iniciativa denominada "Plazas de la Felicidad". Allí la gente deposita sus botellas en contenedores ubicados en las distintas plazas participantes, a las que la Compañía provee con juegos para niños fabricados en material plástico reciclado.

**Optimismo que transforma:** Lanzado en el año 2008, el programa Optimismo que Transforma, tiene por objetivo recuperar envases de PET en las estaciones de reciclaje que están localizadas en las tiendas adheridas de Walmart. El material recuperado es destinado al reciclado promoviendo así el cuidado del ambiente en la comunidad.

**IMPACTO:** Desde su inicio ya se han recuperado más de 5 millones de envases (más de 281 toneladas de material para reciclar). Como parte del programa, se han donado juegos de PET reciclado a 100 escuelas cercanas a las tiendas, seleccionadas por sus Comités de Ayuda a la Comunidad.

**B-GREEN:** Se trata de una campaña de concientización ambiental en instituciones educativas y de esparcimiento, instalando contenedores para recupero de envases. Esta campaña está ya presente en diversas sedes de universidades, como la de Buenos Aires, la Universidad Católica Argentina, la UADE y el Club Universitario Buenos Aires, entre otras organizaciones.





CAMARA DE INDUSTRIALES  
DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS

## CÁMARA DE INDUSTRIALES DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS

Agrupa a las industrias de alimentos procesados de alto valor agregado, de diferentes sectores productivos, cuyo destino es el consumidor final. Reúne a más de 80 empresas.

GRUPO ARCOR



A través de su Política de Inversión Social, Arcor busca promover el desarrollo integral de las comunidades donde actúa a partir de cuatro ejes de acción: educación, medio ambiente, participación ciudadana y comunitaria, e inclusión económica y social. Esta política orienta la inversión social que realiza Grupo Arcor desde la Fundación y el Instituto Arcor, además de aquella que se desarrolla de manera directa a nivel corporativo, así como las iniciativas enmarcadas en el programa de Relaciones con la Comunidad.

### EN QUÉ CONSISTEN LOS PROGRAMAS:

#### RELACIONES CON LA COMUNIDAD

**Un Pulmón Verde para Recreo, provincia de Catamarca:** con el objetivo de seguir contribuyendo con el cuidado del medio ambiente y la ampliación del capital ambiental de la comunidad, en el Complejo Arcor de Recreo, se diseñó este Proyecto que contempla la forestación de las 52 hectáreas del terreno donde se encuentra la Planta de Tratamiento de Efluentes del grupo, vislumbrando para el futuro un Pulmón Natural con especies nativas.

El plan de forestación incluye el uso de agua proveniente de los efluentes tratados del Complejo y el trabajo articulado con instituciones públicas provinciales.

**Planificación estratégica de la ciudad de Arroyito:** Arcor impulsó, junto al gobierno local y otras organizaciones, el desarrollo de un proceso de planificación estratégica de la ciudad, entendido como un ámbito de decisión técnico-político que apunta a mejorar la calidad de vida de la población. La empresa participó activamente en el desarrollo de un diagnóstico de la ciudad, abarcando aspectos económicos, sociales y ambientales, y promoviendo la participación activa de 650 niños y adolescentes en ese proceso.

**Plaza de la Salud en Villa Mercedes, provincia de San Luis:** como parte del trabajo junto al Municipio en un proyecto de espacios saludables, se inauguró oficialmente la Plaza de la Salud. A través de esta propuesta, se busca convertir la plaza en un espacio público de recreación, práctica deportiva, vida activa y encuentro, donde la vida comunitaria y la participación ciudadana se fortalezcan.

#### CON FUNDACIÓN ARCOR

**Iniciativas Territoriales:** A través del Programa Comunidades Educadoras, la Iniciativa Juntos por la Educación, Fortalecimiento Comunitario y Acciones Educativas Locales.

**IMPACTO:** Se apoyaron un total de 69 proyectos en los que participaron 59.771 niños.

**Estudios e Investigación:** Se desarrollaron seis proyectos de investigación, entre los cuales se destacan: el EduCometro; el Informe "La situación de la primera infancia en Argentina"; el Sistema de Información de la Primera Infancia en América Latina; el Barómetro de la Deuda Social de la Infancia, y el Proyecto "Uso social de las Tecnologías Móviles".

**IMPACTO:** Participaron 2.670 adultos y profesionales





**Capacitación y formación:** Se promovieron y desarrollaron ocho propuestas de formación. Entre ellas, se destaca el Programa de Desarrollo Lingüístico y Cognitivo Infantil, y las capacitaciones realizadas en articulación con el Programa de Relaciones con la Comunidad de Grupo Arcor, que tuvieron como eje principal el lenguaje artístico para el desarrollo sociocultural en las localidades cercanas a las plantas de la empresa.

**IMPACTO:** Se alcanzó a 142 organizaciones y capacitaron 910 adultos que trabajan en torno a la infancia.

**Movilización Social y Pública:** Con el objetivo de sensibilizar a diferentes actores públicos y privados de la sociedad para recrear el espacio de la niñez como responsabilidad de todos, se promovieron 13 iniciativas, incluyendo la divulgación de estudios, el desarrollo de seminarios, talleres y convenios con organismos, empresas y municipios. Entre ellas, se continuó con las iniciativas Equidad para la Infancia y Empresas por la Infancia, se realizaron acuerdos con medios de comunicación y se llevó a cabo el concurso fotográfico, libro y muestra de fotos "Infancias varios mundos. Infancias de Latinoamérica. Los chiquitos y los grandes". Se realizó también "Infancia varios mundos" y "Muestra itinerante la infancia en agenda", en los principales aeropuertos del país y en la sede de AMIA en Buenos Aires, y se desarrollaron dos muestras en la vía pública. Una de ellas, en el marco de los 20 años de Fundación Arcor en la ciudad de Córdoba.

#### INCLUSIÓN DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD:

Durante 2012, se realizó el lanzamiento formal del Proyecto de Inclusión de Personas con Discapacidad. Se llevaron a cabo diversas acciones: un taller de formación en "Selección de Personas con Discapacidad", un relevamiento de accesibilidad en nueve plantas y diferentes puestos de trabajo, entre otras. Como resultado en Argentina se avanzó con la inclusión de personas con discapacidad en las plantas Converflex Lujan, Frutos de Cuyo, Bagley Villa Mercedes, Bagley Salto y el Edificio Chacabuco.

#### AMBIENTE

Durante 2012, se realizaron múltiples obras para la eliminación o minimización de impactos ambientales en todas las plantas, que representaron inversiones de muy diferente envergadura. Entre ellas, se invirtieron 4.720.000 dólares en nuevas instalaciones para el tratamiento de efluentes líquidos en el Complejo Arcor San Pedro, Dulciora (Complejo Arcor Villa Mercedes), La Campagnola Mar del Plata y La Campagnola San Martín.

**Reducción del consumo de agua:** En la fábrica de conservas de Frutos de Cuyo, se elaboran productos con tomate. El consumo de agua de la planta representó, en el año 2011, el 9% del consumo total de agua de Grupo Arcor. Se decidió profundizar en el estudio del consumo a través de un grupo de mejora del SGI, fundamentalmente en temporada baja, en la que se producía un derroche originado por las características de la instalación y los equipos involucrados. Se analizó la situación, se identificaron las causas y las acciones necesarias para lograr la minimización en el consumo, y se rediseñaron y modificaron los circuitos de modo tal de poder detener completamente la extracción de agua de uno de los pozos en temporada baja, lo que representó un costo total de 11.000 pesos.

**IMPACTO:** En 2012, el consumo de agua de los meses de temporada baja fue un 32% menor que el consumo en los mismos meses de 2011. La detención de un pozo implicó la reducción del consumo de energía eléctrica en 40.000 kW/h promedio en cada mes de temporada baja, lo que representó un beneficio económico de 145.344 pesos.

**Ahorro de energía desde la etapa de diseño:** La formalización de la orientación hacia la sustentabilidad de la compañía y la inclusión del compromiso específico con la eficiencia energética y minimización de los impactos que contribuyen al cambio climático global, generaron en la Gerencia Corporativa de Ingeniería la necesidad de profundizar y sistematizar sus actividades aplicando el concepto de ahorro de energía desde la etapa de diseño para las nuevas instalaciones.

**Hacia un packaging amigable con el medio ambiente:** A través de la Gerencia de Investigación y Desarrollo (I+D), el Negocio Golosinas incluye sistemáticamente entre los múltiples aspectos que se deben considerar a la hora de definir un embalaje para sus productos, la necesidad de minimizar su impacto negativo sobre el ambiente en todo el ciclo de vida. Una de las estrategias aplicadas por el área de I+D consiste en sustituir materiales por otros más amigables con el ambiente. En ese sentido, se está trabajando, en conjunto con personal de Converflex, en el remplazo del PVC por otros materiales.

**IMPACTO:** Con esta modificación en el packaging, se reduce la cantidad de material consumido por tonelada de caramelo en un 31,5%. Además, se logra una reducción de 76% de la cantidad de gases de efecto invernadero.

**Uso eficiente de materiales y la energía:** Debido a errores en producción, se elaboran toneladas de producto con defectos no aptos para la comercialización, lo que implica un mal uso de materias primas, de energía y de mano de obra, además de disponer de esa cantidad de materiales transformados en residuos.

**IMPACTO:** Para corregir estos desvíos, un grupo diseñó y aplicó un plan de acción con lo que se logró disminuir la pérdida, en un 97,5%.

**Mejoras en la eficiencia de la planta de tratamiento de efluentes:** La planta de tratamiento de efluente líquido del Complejo Arroyito trata el efluente generado en el Complejo y además el efluente domiciliario proveniente de parte de la ciudad de Arroyito (2400 frentistas en 2012). Se decidió modificar la tecnología de suministro de oxígeno reemplazando los aireadores por difusores. Se reemplazaron los equipos de dos de las cuatro piletas, con una inversión de 110.000 dólares.

**IMPACTO:** Con esta modificación se logró aumentar la eficiencia de tratamiento en un 65%, eliminar los desvíos de efluente crudo al sistema de contingencia y reducir el consumo de energía eléctrica en un 19%, con un beneficio económico en ocho meses de 235.200 pesos.

#### 20 AÑOS DE FUNDACIÓN ARCOR:

Con el fin de conmemorar este aniversario, se llevaron adelante una serie de actividades para poner en valor la tarea de la Fundación en relación a la causa de la infancia, el compromiso de la empresa con la inversión social privada y los logros, alcances, metodologías, perspectivas y relaciones construidas en estos veinte años. Estas incluyeron acciones de comunicación con informes y publicaciones especiales, un acto conmemorativo, seminarios y talleres internacionales, una muestra de obras fotográficas para hacer visible la situación de la infancia en Argentina, y el Seminario Internacional por la Infancia.

**IMPACTO:** Durante estos 20 años, Fundación Arcor logró 2.5 millones de niños y niñas de la Argentina protagonistas de los proyectos, 160 publicaciones editadas, 1960 proyectos financiados.





Siempre pensando en las expectativas de nuestra comunidad, consumidores y tercer sector, Grupo Canale desarrolla diferentes programas de beneficios basados en diversos temas.

### EN QUÉ CONSISTEN LOS PROGRAMAS:

#### SALUD Y BUENA ALIMENTACION

**Empresa libre de humo:** Apoya a sus empleados para dejar de fumar según normativas nacionales e internacionales.



**Compra Consciente y Consumo Responsable:** Se colabora en la toma de conciencia del consumidor al momento de realizar la compra doméstica, como leer el etiquetado nutricional, las fechas de vencimiento y modos de conservación. Además fomenta las prácticas higiénicas del manejo de los alimentos en los hogares.

**Maratón "Uniendo Caminos":** Organiza una maratón destinada a la comunidad del cordón del plata en conjunto con empleados y proveedores, para fomentar vida saludable, deporte y medioambiente.

**Información para celíacos:** Realizan una campaña de información, mediante material didáctico, sobre los Alimentos Con Gluten y los Alimentos Sin Gluten, cuáles están dentro de cada grupo, tips para recetas y cuidados al momento de comprar estos productos.

#### AMBIENTE

**SiempreCONsciente:** Crean conciencia sobre recursos naturales, su protección y separación de residuos.

**Bolsas Ecológicas:** Se realizan entregas de bolsas ecológicas para compras diarias en sus puntos de venta, para fomentar el reciclado.

**Haciendo Foco:** Se entregan stickers para concientizar el cuidado del papel, el agua y la energía.

**Agrolimpio:** Se entregan folletos del programa AGROLIMPIO, que prevé el reciclado de envases de agroquímicos, a proveedores que se acercan a las plantas.

#### EDUCACION

**Camino de Encuentro:** Programa educativo para escuelas Agrotécnicas, de lo educativo a lo profesional.



**"Buen Apetito, Salud para Todos":** Esta campaña recibió el premio a la Calidad Agroindustrial de ArgenINTA, INTA y COPAL en 2012. El programa tiene como objetivo promocionar una alimentación saludable, completa y variada en niños de 4 a 10 años, mediante la utilización de diferentes recursos didácticos.

**IMPACTO:** Más de 90 escuelas participan del programa y unos 2000 niños han utilizado el material en las aulas. En la misma línea de trabajo se han capacitado más de 100 docentes en los últimos tres años. El libro "Buen Apetito - ¡Salud para todos!", desarrollado por profesionales de la empresa, se ha presentado en la II Feria del Libro Infantil de Catamarca (2009) mediante talleres de cuenta-cuentos dirigido a los niños asistentes.

**Premio "Prunus":** Relación entre el arte y la creatividad con materiales reciclados del proceso industrial en presentaciones bianuales promocionando a artistas mendocinos jóvenes emergentes.

**Prevención Vial:** Se colabora con una campaña de prevención de accidentes viales, entregando material en bolsas ecológicas, folletería y ojos de gatos para ciclistas.

#### ERRADICACION DEL TRABAJO INFANTIL

**"Educar en Vendimia":** programa destinado a erradicar el trabajo infantil.

Se organizó durante 2012, la carrera por Una Niñez Sin Trabajo, que se llevó a cabo el 12 de junio, el Día Mundial contra el Trabajo Infantil.

**Donaciones o ONGs:** Alianza con Banco de Alimentos y coordinación de donaciones con las organizaciones que lo soliciten.

**IMPACTO:** 101.460 unidades, 46.032 kilos, \$228.018 donados.



**Voluntariado corporativo:** Grupo Canale valora y fomenta la participación de sus empleados en actividades solidarias.

En 2010, la empresa lanzó "Frutos del Corazón", programa que brinda un espacio para poder ayudar y desarrollar lazos externos e internos que vinculen a la empresa con la comunidad y a los empleados en nuevas alianzas más allá de lo laboral.



**MOLINOS RIO DE LA PLATA**



En el marco del compromiso con la comunidad, la compañía busca contribuir a la difusión de estilos de vida saludable. Estas acciones se canalizan a través del programa "Comer rico, Comer sano"

#### EN QUÉ CONSISTEN LOS PROGRAMAS:




**"Comer Rico, Comer Sano":** es un programa pensado para fomentar una alimentación equilibrada y saludable mediante herramientas sencillas y al alcance de todos. Se prioriza también una adecuada actividad física para lograr una mejor calidad de vida.

La iniciativa está dirigida a las escuelas de bajos recursos económicos que estén en las zonas cercanas a las locaciones de la empresa.

El programa se compone de tres guías pensadas para que alumnos de 5° grado, sus padres y docentes generen conciencia sobre la alimentación saludable.

"Comer Rico, Comer Sano" propone 4 clases en la que se desarrollan conceptos claves durante un semestre que va de mayo a septiembre de cada año.



Como cierre de la actividad, se realiza un concurso en el que participan todos los 5tos grados de las escuelas intervinientes. Cada curso deberá crear una única receta original que contemple los conceptos aprendidos. Para eso, es esencial la participación de los padres y docentes. Luego, un jurado de expertos conformado por nutricionistas, cocineros y especialistas en programas educativos, selecciona la receta más nutritiva, rica e innovadora. Hay premios para la escuela y cada uno de los chicos del grupo ganador. También hay menciones por las siguientes categorías: Mejor adaptación de un plato regional, Nuevos usos, Receta Original y Mejor Presentación.

## GUÍAS

### 1. Alimentación Saludable

Usa como guía la Gráfica de la Alimentación Saludable, que recomienda cómo lograr una alimentación equilibrada.

### 2. Energía y nutrición

Consiste en la educación sobre el contenido de nutrientes y energía en los diferentes grupos de alimentos. También se educa en la lectura de la información nutricional que figura en las etiquetas de los envases de los productos alimenticios.

### 3. Cuidados e higiene

Consiste en la educación sobre las “buenas prácticas” a la hora de elaborar un alimento en el hogar, para evitar la contaminación y/o enfermedades cuando manipulamos alimentos.

### 4. Alimentación y actividad física

Educa sobre los beneficios de realizar actividad física.

**IMPACTO:** En su primera edición realizada en 2011 participaron 2500 chicos de 29 escuelas. El año pasado, 4.000 chicos de 52 escuelas y en 2013, el objetivo es extender el alcance geográfico del programa, planeando llegar a 84 escuelas y más de 5600 chicos.



**Fundación huertaniño:** Por medio de folletería y capacitación, se trabaja en forma conjunta con la Fundación Huerta Niño, una organización sin fines de lucro, se busca combatir la malnutrición y desnutrición infantil.

La intención no es dar de comer, sino enseñar a producir el propio alimento para adoptar así una dieta más completa y nutritiva.

**Gallito Ciego Móvil:** De la mano de la ONG AUDELA, las 5 escuelas de Capital y Gran Buenos Aires que hayan recibido una mención en la edición pasada, podrán disfrutar de la receta que crearon a través de una experiencia única a bordo del Gallito Ciego Móvil, un restaurant ambulante en el que se come a oscuras un menú cocinado por personas con ceguera.

Mondelēz International impulsa la capacitación de su personal en forma integral, tanto desde el punto de vista profesional y técnico como en la promoción de una vida saludable. También financia programas de educación nutricional y actividad física, cuya misión es promover conductas saludables en las comunidades de bajos recursos y trabaja a lo largo de todo el país con organizaciones no gubernamentales para el alivio del hambre y la desnutrición.

## EN QUÉ CONSISTEN LOS PROGRAMAS:

### SALUD/COMUNIDAD

#### PROGRAMA DE RECUPERO DE FRUTAS Y VERDURAS

**Programa de Recupero de Frutas y Verduras:** Junto con la Red Argentina de Bancos de Alimentos llevan a cabo este programa cuyo principal objetivo es mejorar la alimentación de niños en edad escolar rescatando frutas y verduras frescas destinadas a enriquecer la dieta de personas que concurren diariamente a las organizaciones que reciben donaciones en forma habitual.

Esta iniciativa consiste en recuperar aquellas frutas y verduras que aun siendo aptas para el consumo humano, no se comercializan por presentar imperfecciones, o por ser de un tamaño muy pequeño o en su caso, por no reunir los altos estándares que requiere la exportación. A veces inclusive, son frutos que no se cosechan por resultar antieconómico.

Además, en el marco del programa se realizan capacitaciones a los responsables de los Bancos de Alimentos y a las organizaciones receptoras (comedores, escuelas, etc.) en términos de higiene, manipulación de alimentos y cocina.

**IMPACTO:** De 2009 a 2012, se rescataron 3.681.670 Kg. de frutas y verduras frescas que enriquecieron la dieta de 230.262 personas que concurren diariamente a las 1.572 organizaciones. Este programa se lleva adelante gracias a la donación de U\$S 150.000 que la empresa realizó a la Red Argentina de Bancos de Alimentos

#### PROGRAMA DE DONACIONES

**Programa de Donaciones:** Está vigente desde 2002. Los beneficiarios son escuelas, comedores y ONG's. La mayoría de las donaciones son realizadas a través de la Fundación Banco de Alimentos comunitarias.

**IMPACTO:** Mondelēz International lleva donado al Banco de Alimentos de Buenos Aires más de 450,000 toneladas de productos desde el inicio del programa, distribuidos a 560 organizaciones, que ofrecen comida a 88.000 personas cada mes.

**Programa Voluntarios:** Comprometida con el entorno y la realidad social la empresa contribuye a canalizar las inquietudes solidarias de los empleados con las necesidades de la comunidad en la que desarrolla su actividad. Con ese objetivo fomentamos la participación activa de nuestra gente en espacios de voluntariado. Los empleados son invitados a destinar 4 horas al mes, dentro del horario laboral, para realizar actividades de voluntariado corporativo. Colaboran en clasificación de alimentos para ser donados, dictado de talleres de nutrición, actividades recreativas y prestan colaboración en tareas de renovación en escuelas e instituciones.

## EDUCACION



**Programa Recreo Delicioso:** Desde 2007, Mondelez International, lleva a cabo un programa de estilos saludables. Su principal objetivo es realizar una intervención pedagógica en escuelas públicas que contribuya al proceso de enseñanza y a la promoción de hábitos de vida saludable alineadas con el contexto ambiental en el que crecen y se educan los niños. Hace foco en la alimentación equilibrada y la actividad física; y focaliza en el recreo como espacio de juego para compartir y de desarrollo de habilidades.

**IMPACTO:** Desde su inicio, el programa llegó a más de 4.500 niños implementándose en más de 70 escuelas de Buenos Aires. El programa tiene como objetivo ayudar a crear conciencia en los alumnos acerca de la importancia de los hábitos de vida saludable.



**Programa de Visitas a Planta:** Mondelez International abrió a la comunidad las puertas de su planta de Pacheco y de Victoria, para que escuelas, organizaciones no gubernamentales y familiares de empleados puedan conocerla. Durante la visita se realiza un recorrido por los distintos procesos productivos y se participa en actividades lúdicas y educativas. Para los más chicos, hay juegos y charlas, que forman parte del contenido de nuestro "Recreo Delicioso" el cual promueve estilos de vida saludables.

**IMPACTO:** Desde su inicio han visitado la Planta Pacheco más de 5000 alumnos.

## AMBIENTE

La empresa ejecuta sistemas de Gestión Ambiental e Indicadores de Desempeño Ambiental, que permiten monitorear y evaluar cada progreso.

A partir de 2005, desarrolló un plan de acción para organizar la implementación de iniciativas ambientales en todas las operaciones globales. Con este plan de acción se lograron significativos progresos en la reducción del consumo de energía y agua, las emisiones de CO<sub>2</sub>, la generación de residuos y envases, y el transporte.

**IMPACTO:** La Planta de Pacheco fue distinguida con el premio Regional Sustainability Award por haber reducido más del 60% el total de residuos derivados a rellenos sanitarios (periodo 2005-2008) y la de Villa Mercedes recibió esa distinción por haber reducido el consumo de agua un 46%, mediante mejoras en el proceso en el mismo período.

El total de hojas blancas que dejan de tener utilidad son donadas a la Fundación del Hospital de Pediatría "Juan P. Garrahan" y con lo recaudado se financian operaciones quirúrgicas de complejidad para niños sin recursos.





NESTLE Argentina



Creación de Valor Compartido  
Nutrición | Agua | Desarrollo Rural

El principio corporativo fundamental que guía el accionar de Nestlé es la "Creación de Valor Compartido". Se trata de un modelo que considera que, para tener éxito a largo plazo, se debe generar valor en forma simultánea para la compañía y para la sociedad.

El desarrollo del modelo de "Creación de Valor Compartido" se enfoca en el análisis de la cadena de valor de la compañía, desde los proveedores hasta la comunicación con el consumidor. A partir de este estudio, se identificaron áreas en las que se cruzan el interés de los accionistas y el de la sociedad, y en las que la creación de valor puede ser optimizada por ambos.

Como resultado, la compañía definió enfocarse en las siguientes áreas: Nutrición, Agua y Desarrollo Rural. Reducir el consumo de agua, mejorar la nutrición y ayudar al crecimiento de las comunidades rurales constituyen objetivos tan esenciales para la estrategia comercial de la compañía como lo son para la creación de un mundo más sano.

#### EN QUÉ CONSISTE EL PROGRAMA:



**Programa Global Nestlé "Niños Saludables":** Es una iniciativa del Grupo Nestlé que tiene por objetivo promover la nutrición, la salud y el bienestar entre los niños en edad escolar de todo el mundo. En la Argentina, el Programa Niños Saludables está conformado por talleres sobre educación nutricional y hábitos saludables para niños. El programa está conformado por 5 módulos (El Ovalo Nutricional, Frutas y Verduras, Las comidas del día con foco en el desayuno, Agua e higiene y un cierre integrador) por lo que cada niño recibe la visita de "Niños Saludables", cinco veces en el año.

El programa cuenta con dos socios clave para su desarrollo: la Facultad de Nutrición de la Universidad Maimónides y la Fundación Banco de Alimentos. La Universidad colabora en el desarrollo de los contenidos, evalúa el programa y, a su vez, las alumnas del último año de la carrera de Nutrición colaboran en el dictado de los talleres. Por otro lado, la Fundación Banco de Alimentos suma su visión y conocimiento sobre la situación de las comunidades que visitamos y, a su vez, desde Nestlé se acompaña con el programa a cada uno de los Centros que apoya el Banco.

**IMPACTO:** Desde su lanzamiento en el 2011, el programa ha visitado a 2500 chicos 4° y 5° grado de escuelas públicas, brindando más 12.500 hs. de capacitación.



El compromiso de PepsiCo hacia el crecimiento sustentable, definido como “Desempeño con propósito”, une el desempeño del negocio con un claro sentido de responsabilidad social que promueve el cuidado de los consumidores, la valoración de los colaboradores, el desarrollo de las comunidades en las que opera y el cuidado y el respeto al medio ambiente.

Desde 2006 hasta 2012, se alcanzó un total de 137.168 beneficiarios en 13 provincias argentinas.

## EN QUÉ CONSISTEN LOS PROGRAMAS

### FUNDACIÓN PEPSICO



**PROGRAMA Aprender:** Es un programa de becas orientado a prevenir y disminuir el abandono escolar en los últimos tres años del secundario. Su objetivo es brindar herramientas que permitan mejorar el acceso y la continuidad a los jóvenes que no cuentan con los recursos económicos necesarios; que demuestren esfuerzo, buen rendimiento, buena conducta y compromiso con sus estudios. Está dirigido a estudiantes de Enseñanza Media (de 3º, 4º y 5º año). El programa transita su tercer ciclo.

Está organizado a partir de la combinación de tres ejes fundamentales: el aporte económico; el acompañamiento del becado por medio de un sistema de guías (voluntarios), la formación de los becados a través de talleres que tienen como fin fortalecer su autoestima y alentarlos a identificar sus intereses, habilidades y capacidades, de modo que puedan pensarse como agentes de acción y cambio.

**IMPACTO:** Desde 2006 hasta 2012, se otorgaron 760 becas con 440 guías voluntarios en 18 escuelas de 4 provincias – esto es un total de 4.794 destinatarios.



**Programa ActivaRSE:** Promueve hábitos de vida saludable ligados a una alimentación equilibrada, actividad física y medio ambiente. Su objetivo es brindar a la comunidad educativa herramientas de reflexión y acción para la promoción de una vida saludable, teniendo como eje principal el desarrollo integral de la infancia. Son beneficiarios del Programa alumnos de entre 6 y 9 años que estén cursando 1º, 2º y 3º grado; sus directivos, docentes y familias. A través de jornadas de capacitación a docentes y padres, talleres para niños y la entrega de material deportivo, se implementan propuestas didácticas que abordan los siguientes ejes fundamentales: “educación en nutrición”, “importancia de realizar actividad física”, “establecimiento de hábitos saludables”.

Para desarrollar las actividades el cuerpo docente cuenta con una herramienta fundamental: el “Manual ActivaRSE”.

**IMPACTO:** Desde 2006 hasta 2012 se alcanzó a 45.003 destinatarios, en 17 escuelas de 6 provincias.



**Manos solidarias:** Facilita el espacio necesario para canalizar el ánimo solidario de los empleados de PepsiCo. A través de estrategias alineadas con los valores de la Compañía, se busca alentar la participación voluntaria en acciones de interés social orientadas hacia las comunidades más necesitadas. Los voluntarios participan y colaboran en distintas actividades que se desarrollan a partir del trabajo con las comunidades. Las áreas de acción son: “talleres de capacitación”; “participación en actividades de los Programas de Fundación PepsiCo y Área RSC”; “campañas solidarias”; “participación en actividades de mejora de espacios comunitarios”; “nochebuena para todos”.

**IMPACTO:** Desde 2006 hasta 2012, participaron 1.545 voluntarios realizando 65 acciones en 7 provincias.

## ACCIONES EN RED



**TALLERES ActivaRSE:** Su objetivo es fomentar la incorporación de hábitos de vida saludable, incentivando el cuidado de la salud y el medio ambiente. Los talleres proponen un espacio de formación y participación destinado a niños y niñas de 8 a 12 años, de escuelas de CABA y GBA. Durante 2012, a los talleres sobre Nutrición, se incorporó la temática del “Cuidado Responsable del Agua”. Los talleres están estructurados de la siguiente forma: un primer momento de motivación e introducción al tema; la proyección de un video educativo y el desarrollo de una actividad recreativa.

**IMPACTO** Entre 2010 y 2012 hubo 34.500 destinatarios en más de 1.000 talleres en 150 escuelas.

**PepsiCO y LOS VECINOS:** Es un programa que funciona desde el 2009 y cuyo objetivo es generar relaciones de buena convivencia con el vecindario del que PepsiCo forma parte, incentivando acciones que impliquen crecimiento y desarrollo para la comunidad. Se trabaja de forma articulada con las instituciones del barrio de Florida Oeste a través de acciones de contacto permanente, actividades culturales y ciclos de talleres. Acciones principales: recuperación de espacios verdes; talleres de nutrición y cocina con fines solidarios; concurso de murales entre todas las escuelas de los distintos niveles del barrio

**IMPACTO:** Este programa tuvo 8.385 destinatarios en la planta de Florida Oeste, entre 2009 y 2012.

**Inclusión socio-económica de los recolectores de materiales reciclables:** Proyecto desarrollado en alianza con BID/FOMIN, Avina y Organización Román. El programa está en vigencia desde el año 2010.

Los objetivos son contribuir con el reciclado de residuos sólidos y el cuidado del medioambiente, mejorar la inclusión económica, social y cívica de los recicladores informales.

**IMPACTO:** Por año más de 1.000 recuperadores y sus familias en 3 provincias (Buenos Aires, Córdoba y Entre Ríos), desde 2010.



**RecreaRSE:** El objetivo del programa es contribuir en la prevención y erradicación del trabajo infantil. En alianza con Asociación Conciencia, el Municipio de General Pueyrredón y la Universidad de Mar del Plata, se trabaja en cuatro barrios próximos a un predio de disposición final de residuos en la ciudad de Mar del Plata. A través de actividades recreativas y de formación, se busca difundir los Derechos de los Niños y promover la concientización en la comunidad sobre la realidad del trabajo infantil y la relevancia de la mitigación de sus impactos.

**IMPACTO:** Más de 5.000 niños y familias y trabajo en red con más de 18 organizaciones comunitarias, entre 2010 y 2012.





Bajo el lema “Pequeñas Acciones, Grandes Diferencias”, la empresa desarrolló su política de RSE dirigida a los consumidores de la Argentina y el resto de los países del Cono Sur.

## EN QUÉ CONSISTEN LOS PROGRAMAS:

### NUTRICIÓN

**Reducción de los niveles de sal:** En la Argentina, y en el resto de los países del Cono Sur, se redujo un 15 % el contenido de sodio en las sopas y la empresa se propone continuar en esta línea para ayudar al consumidor a cumplir con la recomendación nutricional de 5 gramos de sal por día.

**Reducción de las grasas saturadas:** El 100 % de los productos de retail consumidos en la Argentina ya cumplen los criterios nutricionales establecidos para grasas saturadas.

**Eliminación de las grasas trans:** Con el objetivo de eliminar las grasas provenientes del aceite vegetal hidrogenado, durante 2012, se reemplazó este aceite por el de girasol alto oleico.

**Reducción del azúcar:** En 2006, la línea de AdeS Frutales disminuyó su contenido de azúcares en un 24% respecto del promedio de alimentos similares. En los próximos años continuará en esta dirección, mejorando su composición.

**Brinda información sobre alimentación saludable:** Los alimentos declaran la información nutricional en el envase. Adicionalmente, se está comenzando a incorporar la cantidad absoluta y el porcentaje que satisface de acuerdo a la recomendación diaria para energía, azúcares, grasas, grasas saturadas y sodio.

**Mejorar la salud y nutrición de nuestros empleados:** Durante 2012, se avanzó con acciones que ayudan a prevenir enfermedades, a comer más sano y mejorar el balance de vida de los empleados, mediante Programas de Promoción de la Salud para todo el personal.

### AMBIENTE

**Reducción de los gases de efecto invernadero (GEI):** En Pilar, se reemplazó el tipo de iluminación convencional por iluminación LED. También se concluyó con el cambio de tecnología de iluminación en el interior del depósito, pasando de un sistema convencional con lámparas de vapor de sodio a “Eco paneles con tubos fluorescentes T5”.

**IMPACTO:** Se generó un ahorro del 40% en el consumo energético utilizado en las operaciones de producción de aderezos. También se logró una disminución del 30% de consumo de energía eléctrica y una mejora en el nivel de iluminación del 20% respecto al sistema anterior. La innovación genera un ahorro aproximado de \$720.000 y una reducción de 350 toneladas de dióxido de carbono (CO2) al año en la operación de warehousing.

**Reducción de los GEI en el transporte:** En la Argentina, se miden las emisiones provenientes de los recorridos logísticos y las que corresponden al Centro de Distribución - Parque Logístico Norte (PLN) como parte del ciclo de vida.

**IMPACTO:** Durante 2012, en la Argentina, la empresa redujo en un 4% la emisión de CO2 respecto del año anterior. Además en PLN se redujo el consumo de energía eléctrica durante 2012: se ahorró un 7% con respecto a 2011. Para lograr este objetivo se trabajó intensamente durante el año en la concientización de las personas respecto del uso racional de la energía eléctrica.

**Reducción del uso de agua en la agricultura:** Desde 2011, las operaciones de Mendoza, donde se obtiene materia prima, comenzaron a utilizar el sistema de riego por goteo. Además, el agua proveniente de la planta de efluentes está enriquecida con nutrientes para mejorar el riego público y las piletas donde se procesa el líquido cargado de sólidos generan barro rico en humus que se entrega a los agricultores vecinos para mejorar su tierra.

**IMPACTO:** Esta modalidad ahorra en promedio un 30% de agua y aumenta en una proporción mayor, el rendimiento de la producción a campo. En 2012, prácticamente se triplicaron las superficies regadas con sistema de goteo con respecto a la temporada anterior.

En la planta de Mendoza, el 98% del total de agua que se toma de la vertiente para el proceso productivo (lavado, deshidratado, cocción de los vegetales), se devuelve al cauce público de riego de forma certificada por calidad hídrica del Departamento General de Irrigación de la Provincia de Mendoza.

**Reciclar el envase:** A través de una alianza con la cadena de supermercados Carrefour y Fundación Reciduca, la empresa comenzó a recolectar y reciclar envases de plástico, cartón y papel. El objetivo es promover el hábito de la separación de residuos en origen ofreciendo una vía concreta para materiales reciclables mientras colaboramos con la inclusión social y laboral.

Además, bajo el lema "Transformá un envase vacío en un aula llena", Reciduca transforma los fondos generados por el reciclado en oportunidades educativas y laborales para jóvenes en situación de vulnerabilidad. La cantidad de materiales reciclados en 2012 equivalen a 1 beca anual completa de formación y acompañamiento educativo.

**IMPACTO:** En Vicente López se instaló "La Posta del Reciclado" en noviembre de 2011. La iniciativa ha recuperado hasta el momento más de 8.000 Kg. de plástico, papel y cartón que los consumidores y vecinos de la zona hacen llegar a los contenedores ubicados en el estacionamiento.

## COMUNIDAD

**Ayudando a los agricultores:** En Mendoza, San Juan y La Rioja la empresa integra en su cadena de valor a pequeños y medianos agricultores. Con ellos está trabajando prácticas agrícolas y laborales que se inscriben en su Código de Agricultura Sustentable. Esta herramienta incluye prácticas de desempeño social y ambiental como la erradicación del trabajo infantil, de la explotación laboral o la reducción del impacto ambiental por uso correcto de fertilizantes o riego controlado. Esto se traduce en capacitaciones, colaboración para conseguir financiamiento y lograr cambios de tecnologías, entre otras acciones.

**Empresas sociales/ Negocios Inclusivos:** En Argentina buscamos integrar en nuestra cadena de valor a empresas sociales. Uno de ellos es redACTIVOS (fruto de la ONG La Usina), un emprendimiento para la comercialización a escala de productos y servicios desarrollados por personas con discapacidad. Esta red reúne 13 emprendimientos productivos que dan trabajo legítimo a 420 personas con discapacidad. Su objetivo es promover la autonomía social y económica de estos trabajadores.

**IMPACTO:** Desde 2009, se encargó a redACTIVOS la producción de las cajas navideñas para todos los empleados y jubilados de Unilever Argentina (más de 6.000 unidades al año). Se solicitó la confección de bolsas reutilizables, para envíos de marketing directo. Producción de 1.000 Kits de Prensa para el lanzamiento de Pastas Knorr. Manufactura y diseño de las bolsas reutilizables que entregan a los 6.000 contactos que compran en las proveedurías internas. Con una misma iniciativa se reduce el impacto ambiental de la empresa y, al mismo tiempo, se genera desarrollo económico en el sector que más dificultades tiene para conseguir trabajo: la comunidad de personas con discapacidad.

**Sinergia Unilever para una Mejor Argentina:** es otra iniciativa que tiene como objetivo la inserción legítima en el mercado laboral de jóvenes en situación de vulnerabilidad.

**IMPACTO:** Entre 2007 y 2012 se incluyeron 69 jóvenes como empleados de la fuerza de ventas. En 2012, también se incorporaron un total de 18 jóvenes provenientes de diversas organizaciones (Desarrollo Social del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, Fundación PESCAR y Fundación Reciduca). Por primera vez, este año, se sumaron 3 empleados de Rosario vinculados a la fuerza de ventas por la Fundación PESCAR.

**Construcción de viviendas de emergencia:** Por segundo año consecutivo, Unilever se comprometió con la TECHO Argentina (ex Un Techo para mi país) para construir viviendas de emergencia junto a familias de la comunidad.

En 2012, la empresa construyó 3 casas para familias del barrio Luchetti, del partido de Pilar. Para esto, se formaron 3 equipos de 10 voluntarios cada uno.

**Recorridas contra el frío + Corte de Frazadas:** Junto a Knorr la empresa invitó a Manuel Lozano, director de Fundación Sí, para que cuente su experiencia como creador de las “Recorridas contra el frío”, en las que más de 2.000 voluntarios salen a recorrer las calles de las principales ciudades del país generando un vínculo con las personas en situación de calle para buscar soluciones a esta problemática. En las recorridas se entrega abrigo y sopa caliente como parte del encuentro.

Además, durante una semana, se realizó la campaña de “corte de frazadas”, donde se invitó a los empleados de Bouchard a cortar piezas de rollos de “tela polar” para convertirlos en frazadas para donar y repartir en las Recorridas.

**IMPACTO:** Sólo en 2012, Knorr donó más de 100.000 cajas de sopa para este fin.

Gracias a la campaña de corte de frazadas, 286 personas en situación de calle tuvieron abrigo.

**Acciones de voluntariado, Colecta de Alimentos y Caso de marketing:** Para conmemorar el Día Mundial de la Alimentación (16 de Octubre), se realizó una colecta de alimentos con los empleados de diferentes localidades, para donar a la Red Banco de Alimentos. En la Planta Pilar se organizó un equipo para trabajar con el rescate de alimentos en la línea.

Además, junto a la Red Argentina de Bancos de Alimentos, Knorr realizó la “Semana de la Sopa”, generando la primera campaña de Marketing bajo el lema de que “en las noches de invierno todos puedan disfrutar del calor de una sopa”. Por cada sopa vendida o cada click en la aplicación de Facebook, Knorr donó un plato de sopa a los comedores de la Red Argentina de Bancos de Alimentos.

**IMPACTO:** Se juntaron más de 250kg de comida para la Red Banco de Alimentos. Además, se consiguió salvar 20 toneladas de productos, en buenas condiciones, pero con defectos de packaging o de otra índole que no cambian la calidad del producto.

Gracias a la campaña de Knorr, se donaron más de 750.000 platos de sopa a más de 1.300 comedores de 20 ciudades del país y se logró un nuevo record de ventas para la marca, que supo sumar a los consumidores a la campaña bajo el insight de “A la gente le gusta ayudar y ser embajadores”.

**Fundacion Reciduca:** Con esta entidad se generaron las “Jornadas Puesta a Punto”. Fueron 7 días, que arrancaron con un encuentro de diálogo con los empleados donde se compartieron los avances y desafíos para reducir el impacto ambiental de las oficinas. Cada uno en su espacio de trabajo ordenó y limpió y los residuos generados se segregaron con la ayuda de jóvenes de Reciduca y se reciclaban.

**IMPACTO:** Se lograron recolectar más de 2 toneladas de material para reciclar, además de dejar instaurados los cestos de disposición discriminada en diferentes lugares de las oficinas para PET, otros plásticos, papel, cartón y residuos generales.

**Fuentes Sustentables:** Unilever trabaja con sus proveedores con el Código de Agricultura Sustentable para lograr desarrollo social, económico y ambiental.

**Soja sustentable:** En 2012, se transformó en el primer comprador de Soja Sustentable en el mundo, certificada por la Mesa Redonda sobre Soja Sustentable (RTRS, por sus siglas en inglés), para los jugos AdeS. Además del papel y cartón certificados para el envase de Tetra.

En el mundo estamos evaluando las normas de sustentabilidad para los granos de soja con el fin de encontrar la más apropiada para este cultivo.

**IMPACTO:** En 2012, el 10% (vs 8% en 2011) del aceite de soja se obtuvo de fuentes sustentables según la certificación de la RTSS.

**Té sustentable:** Para 2015, nuestro compromiso a nivel mundial es que el té contenido en cada una de las bolsas de Lipton, esté certificado por la Rain Forest Alliance.

En el 2020, el 100% del Té de Unilever se obtendrá de fuentes sustentables.

**IMPACTO:** A fines del 2012, el 75% de las mezclas de nuestros saquitos de té Lipton, ya contaba con este sello, que certifica la obtención de materias primas tratadas en forma sostenible.

**Frutas y verduras sustentables:** A nivel global, el 59% de 13 de los principales vegetales y especias que utiliza la empresa se produce bajo el Código de Agricultura Sustentable. Esta metodología no sólo ayuda a minimizar el riesgo ambiental sino también a promover una mejor calidad de vida de los agricultores, que se vuelven más competitivos y mejoran su ecuación de valor.





CAMARA DE LA INDUSTRIA  
CERVECERA ARGENTINA

## CÁMARA DE LA INDUSTRIA CERVECERA ARGENTINA

Es una asociación que reúne a las cerveceras y malteras que desarrollan su actividad en todo el ámbito de la República Argentina, actualmente cuenta con 9 empresas socias.

### CERVECERIA Y MALTERIA QUILMES



“**Consumo Responsable**”, los focos de este programa están basados en “Alcohol y Manejo”, se busca generar conciencia sobre la importancia de elegir un conductor designado o un transporte alternativo seguro, cuando van a tomar bebidas con alcohol. También en “Menores”, para contribuir a que estos no tomen bebidas con alcohol y “Consumo Excesivo” para promover el consumo de las bebidas con alcohol como acompañante de la actividad social y no como objetivo principal de la actividad.

#### EN QUÉ CONSISTEN LOS PROGRAMAS:

**Menores:** Se realiza una campaña de concientización de venta responsable en distintos puntos del país. Además, se difunde el código del buen comerciante, con el cual se impulsa el pedido de documentos antes de la venta de bebidas con alcohol, para evitar que se vendan a menores de 18 años.

IMPACTO: 35.500 comercios

**Guía para padres:** Se difunde la guía para padres de hijos adolescentes. El objetivo principal es fomentar el diálogo sobre el consumo de alcohol entre padres e hijos.

IMPACTO: 60.000 padres

**Programa valores reales:** Se dictan talleres sobre valores a estudiantes de educación media, y también se trabaja con los padres de los adolescentes y sus docentes. El objetivo es brindar herramientas para que los jóvenes tomen mejores decisiones y adopten conductas saludables en su vida cotidiana, especialmente en lo que respecta al consumo de bebidas con alcohol.

IMPACTO: 1.800 adolescentes, 3.600 padres y 180 docentes.

**Consumo Excesivo:** Se realizan cursos bajo el nombre BARTENDERS CON CÓDIGOS Entrenamiento a bartenders sobre el Servicio Responsable de Alcohol.

El principal objetivo es concientizar a los bartenders para que verifiquen la edad del cliente antes de venderle alcohol, fomenten el uso de un transporte alternativo si sus clientes toman bebidas con alcohol y cuiden que nadie exceda sus propios límites.

IMPACTO: 1.000 Bartenders.

**Alcohol y Manejo:** Campañas 360° y activaciones en On Premise en polos vacacionales. Su objetivo es fomentar el uso de un transporte alternativo o un conductor designado cuando van a tomar bebidas con alcohol.

IMPACTO: 6.571.377 personas.

**Futuro Posible:** una iniciativa de Maltería y Cervecería Quilmes que implica un programa de acción comunitaria, que tiene foco en:

- Educación, Inclusión y Vulnerabilidad: presta colaboración en la formación, desarrollo personal y profesional de estudiantes carentes de recursos económicos que demuestren esfuerzo y compromiso con sus estudios.
- Programa Nacional de Acompañamiento Escolar para Estudiantes de Escuelas Técnicas. Colabora con la formación, desarrollo personal y profesional de estudiantes de los tres últimos años de la escuela secundaria brindándoles diferentes herramientas para que puedan construir su futuro. ONG aliada: Conbeca - Asociación Conciencia.

**IMPACTO:** 2° Ciclo de 3 años, 122 alumnos becados, 122 tutores voluntarios, de los cuales 50 son empleados voluntarios.

**Donaciones:** Se apoyan proyectos destinados al bienestar y la educación de niños y jóvenes, desarrollados en zonas en las que la Compañía tiene sus plantas. El objetivo es colaborar activamente en el desarrollo de las comunidades vecinas a nuestras plantas, así como fortalecer el rol vecino de la compañía.

**IMPACTO:** 45.010 beneficiados, 46 entidades entre ONGs, fundaciones sin fines de lucro locales y nacionales- y 130 comedores a través de la Fundación Banco de Alimentos. Además, se entregaron 79.278 litros de agua mineral a comunidades afectadas en los temporales que tuvieron lugar en los municipios de Quilmes (2011), La Plata y la Ciudad de Buenos Aires (2012).

**Voluntariado:** Se ha generado una instancia de intercambio entre la comunidad y los empleados de la Compañía. El objetivo es fortalecer la cultura corporativa fomentando lazos de solidaridad, compromiso e interacción entre los empleados y la Asociación Conciencia, ONG aliada.

**IMPACTO:** 15 jornadas, con 1.012 voluntarios, que sumaron 4.567 horas de voluntariado



**Educando en el Consumo Responsable de Alcohol:** Programa para promover hábitos responsables en torno al consumo de bebidas con alcohol, basado en una serie de iniciativas adaptadas a cada uno de los grupos a los cuales van dirigidas.

**Educación en familia:** Objetivo: apoyar a los padres en la educación de sus hijos sobre el consumo responsable de alcohol, resaltando la importancia del diálogo familiar y la entrega de información adecuada. El programa se realiza en instituciones, clubes deportivos, colegios, organismos estatales y con los empleados de la compañía.

**IMPACTO:** 2.000 familias.

**No venta de alcohol a menores:** El programa tiene por objetivo desalentar la venta de alcohol a los menores de edad.

**IMPACTO:** 9000 comercios de las ciudades de Salta y Santa Fe.

Política de Alcohol de CCU

Parte del proceso de ingreso de nuevo personal a la compañía, es la firma de la Política de Alcohol, a través de la cual los empleados se comprometen a:

- Promover el Consumo Responsable de Alcohol entre los empleados de la compañía;
- Promover que el Consumo Responsable de Alcohol sea aceptado socialmente;
- Promover la Sustentabilidad de la compañía.

**Disfrutá con Responsabilidad:** Campaña que se realiza en los eventos más importantes en las ciudades de Salta y Santa Fe, difundiendo el decálogo del consumidor responsable de alcohol e invitando a la comunidad en general a mantener una actitud responsable en el consumo de bebidas alcohólicas

## **CULTURA:**

• Sala Cerveza Salta en Pro Cultura: se realizó un ciclo de muestras colectivas de artistas salteños, abiertas al público y con entrada gratuita.

Alcance: Mas de 1000 personas recorren las muestras realizadas a lo largo del año.

• La Casa Salta por la Ventana: con el objetivo de promover la cultura local joven (21 años en adelante), la compañía organiza, junto al ministerio de Turismo y Cultura de la Provincia, el ciclo La Casa Salta por la Ventana, que consiste en conciertos gratuitos de músicos salteños, en el marco de un programa de intensa difusión, que recibe una importante afluencia de público. Alcance aproximado: . Más de 1400 personas

• Paseo del Polo Cervecerero: una propuesta cultural basada en la historia de la Cervecería Santa Fe, que recorre los 100 años de la compañía en la ciudad a través de muestras fotográficas, complementadas con paseos por el Museo guiados por un grupo de actores representando personajes de época

• Padrinazgo Museo Municipal Sor Josefa Díaz: auspicio y padrinazgo de las muestras del Ciclo Cervecería Santa Fe del museo más importante de la ciudad.

## **EDUCACIÓN:**

• Becas universitarias: Becas de Investigación, orientadas a estudiantes avanzados de carreras de Ingeniería, con el objetivo de apoyar proyectos de mejoras e innovación con foco en la industria cervecera y/o las problemáticas de las plantas de CCU Argentina. Alcance anual: 6 becas

• Talleres Cervecería Santa Fe y Cerveza Salta, junto a la Universidad Nacional del Litoral y a la Universidad Nacional de Salta: talleres educativos dirigidos a estudiantes universitarios avanzados, con las temáticas de manufactura de clase mundial.

**IMPACTO:** 200 estudiantes por año.

## **VOLUNTARIADO:**

Equipos de voluntarios de las plantas Salta y Santa Fe realizan todos los años actividades de trabajo y capacitación en instituciones educativas.





## CENTRO DE LA INDUSTRIA LECHERA

Es una asociación empresaria de carácter civil, sin fines de lucro, que nuclea a pequeñas, medianas y grandes industrias lecheras, comerciantes de sus productos y productores de leche de la República Argentina.

El Centro de la Industria Lechera a través de la Federación Panamericana de Lechería impulsa la promoción del Consumo de Productos Lácteos como Beneficio a la Salud de nuestras poblaciones.

### EN QUÉ CONSISTEN LOS PROGRAMAS:

**Más Leche = Más Salud:** Dentro de las actividades del Programa, se está realizando la Segunda Etapa de la "Campaña Panamericana de Consumo de Lácteos SÍ A LA LECHE!"; una actividad de bien social, con énfasis muy especial en los niños.

El Objetivo General de la Campaña es el mismo desde su comienzo en 2008, el de Sensibilizar y comprometer a diversos actores en las Américas en la promoción del consumo de productos lácteos como beneficio para la Salud Humana.

Los Objetivos Específicos son:

- Contribuir a fomentar un adecuado consumo de productos lácteos entre los niños del Continente.
- Coordinar acciones en conjunto con diferentes instituciones del sector lácteo, a nivel panamericano.
- Brindar información técnica a profesionales de la salud y docentes, sobre los beneficios del consumo de productos lácteos para la salud de la población en general.

- Temas principales que aborda la Campaña:

1. La importancia de los Lácteos en la Niñez
2. Importancia de los Lácteos en la Adolescencia
3. Importancia de los lácteos en la alimentación de la madre durante el embarazo, lactancia y adultos en general.
4. Beneficios de los Lácteos en la prevención y disminución de riesgo de contraer ciertas enfermedades
5. Obesidad, HTA, Diabetes, Síndrome Metabólico, Enfermedades Cardiovasculares, y otras.
6. Lácteos como alimentos funcionales
7. Importancia de los lácteos en los Programas de Alimentación Escolar
8. Lácteos y Deportes
9. Grasas de la Leche (Acido Linoleico Conjugado-CLA y otros)
10. Mitos sobre los lácteos

**Convenio marco para la reducción voluntaria y progresiva del contenido de sodio en alimentos procesados:** El Centro de la Industria Lechera (CIL) firmó el convenio (específicamente quesos) y sus empresas socias La Serenisima, Sancor, Williner, Verónica, Milkaut, La Paulina y Manfrey adhieren a esta iniciativa que apunta a disminuir el consumo de Sal de la población en su conjunto para prevenir las enfermedades cardiovasculares, cerebrovasculares y renales. Constituye una de las principales acciones de promoción de la salud y forma parte de un plan integral de prevención y control de Enfermedades crónicas no transmisibles.



**Plan Nacional de Vida Saludable:** El CIL firmó el convenio de cooperación entre el Ministerio de Salud de la Nación y empresarios del sector de la alimentación, representantes de cámaras de supermercadistas, directivos de sociedades científicas y representantes de la sociedad civil, en el marco del Plan Nacional de Vida Saludable.

Este convenio prevé que se posibilite la disminución del contenido de grasas saturadas, azúcar y sal en alimentos; la fortificación con hierro en productos lácteos; el rotulado con información para el consumidor en los envases y la habilitación de espacios de comunicación para la promoción de una vida saludable en supermercados.



“MASTELLONE HNOS. SA”



EN QUÉ CONSISTEN LOS PROGRAMAS:

EDUCACIÓN Y SALUD (\*)



**La Serenísima va a la escuela:** Se trata de un programa cuyo eje principal es la educación nutricional. Por medio de éste, se trabaja para promover la instalación de hábitos alimenticios saludables en los más chicos, basados en una dieta equilibrada y variada, que incluya los distintos grupos de alimentos.

Así, desde hace 6 años, participan grupos de alumnos de nivel primario, de Escuelas Públicas y Privadas de Capital Federal y Gran Buenos Aires, brindando charlas informativas a cargo de las nutricionistas del Departamento de Información Nutricional de La Serenísima. El contenido gira en torno a los distintos grupos de alimentos organizados en el óvalo nutricional, la importancia del desayuno, la necesidad de incorporar calcio en las distintas etapas de la vida y el equilibrio entre la alimentación saludable y la actividad física.

En las jornadas, como parte de las actividades que se llevan a cabo, un grupo de docentes especialmente capacitados para el programa, organizan diferentes actividades lúdicas que giran en torno a la temática mencionada para fijar los conceptos aprendidos. Asimismo, se les entregan folletos y productos para compartir en la escuela o en familia, un póster de la actividad para el aula y material elaborado exclusivamente para los docentes, con el fin de que ellos puedan retomar los contenidos abordados por el programa a lo largo del año. Para fortalecer el vínculo con la comunidad a través de la educación, el programa cuenta con un exclusivo sitio web, [www.lsvaalaescuela.com.ar](http://www.lsvaalaescuela.com.ar), que contiene información, juegos, recetas saludables, comentarios de quienes fueron visitados con el programa y un espacio para poder enviar consultas y sugerencias.

**IMPACTO:** En total, desde 2008 hasta el momento, se alcanzaron más de 18.863 chicos de 550 escuelas. Asimismo, con la actividad se llevaron a cabo más de 950 charlas.

Este año se llegará a chicos de 3º a 6º grado de Escuelas Públicas y Privadas. Como novedad, además, se llegará a la Ciudad de Santa Fe y, al igual que en 2012 a Rosario, Capital Federal y Gran Buenos Aires.



**Mundialito La Serenísima:** Es un torneo de fútbol infantil, que se desarrolla en el marco de las acciones de Responsabilidad Social Empresaria de Danone Argentina. Su objetivo es fomentar, a través del deporte, los valores de: compañerismo, apertura, juego limpio y diversión.

El certamen, abierto a la participación de chicos entre 10 y 12 años, consiste de dos instancias: una nacional y otra internacional. La primera, se disputa en 5 provincias de las que se obtiene un ganador para competir en la final nacional. Luego, los campeones de cada provincia se cruzan para competir por el premio mayor: viajar a la final internacional a representar a Argentina en la Copa de las Naciones Danone. La sede internacional, que en 2012 se desarrolló en Polonia y el año anterior en Sudáfrica, este año tendrá lugar en Londres. En esa instancia, los chicos no solo tienen la posibilidad de competir con chicos de 50 países de 5 continentes diferentes sino también de compartir sus costumbres y cultura.

Por su espíritu inclusivo, el Mundialito ha estado presente desde el año 2000 en gran parte del país y actualmente se desarrolla en las provincias de Buenos Aires, Santa Fé, Tucumán, Córdoba y Mendoza. En cada una de estas sedes, el Mundialito es mucho más que un torneo de fútbol. Se trata de un evento que convoca a las familias a acompañar y alentar a sus hijos, al mismo tiempo que disfrutan de actividades y juegos para todas las edades y charlas de nutrición e hidratación. En su afán de enfatizar el juego limpio y justo dentro de una competencia sana y llena de valores, La Serenísima lleva adelante esta iniciativa única, donde refleja su compromiso activo con la comunidad.

**IMPACTO:** En cifras, el evento tiene una convocatoria de 5.000 personas por sede y de 10.000 en la final nacional. Además, fue declarado "Evento saludable" por los Ministerios de Salud de la Nación y de las provincias de Santa Fe, Córdoba, Tucumán y Mendoza. También es auspiciado por la Asociación de Fútbol Argentino.

También, por cada persona que asiste al evento se dona 1 kilo de producto lácteo a la Fundación PUPI de Javier Zanetti. Se llegaron a donar 34 mil kilos de productos lácteos.

Además, se donaron \$30.000 en productos lácteos al Banco de Alimentos de Córdoba. En una suerte de alianza entre las marcas Yogurísimo y CRECER 3 e Hipermercados Libertad.

(\*) Los programas vinculados con temas de "Educación y Salud" se llevan a cabo junto con Danone.

## AMBIENTE

**Uso Eficiente del Recurso Hídrico:** Debido a que el recurso hídrico es un insumo de suma relevancia no sólo para la vida sino también para la industria, resulta sumamente importante llevar a cabo estrictos controles cuali/cuantitativos respecto a su utilización. Desde la compañía, se trabaja intensamente en los procesos industriales y servicios para implementar tareas de mejora tendientes a disminuir el consumo de agua. Entre algunas de ellas caben destacar: modificación de tiempos de lavados de las instalaciones, recupero de condensados de vapor, mejoras en el sistema de extracción de agua, reforma de instalaciones para permitir un mejor lavado con menor utilización de agua, entre otras.

**IMPACTO:** Como resultado de dichas acciones, durante 2012 en Mastellone Hnos SA y Mastellone San Luis, del total de agua consumida en sus procesos industriales, el 28% se recuperó para volver a ser utilizada.

**Campañas de reciclado de residuos de papel:** La comuna de Villa Mercedes (provincia de San Luis) firmó un convenio con la Papelera del Plata con el objeto de enviarles residuos de papel para su venta y posterior reciclado. Mastellone San Luis S.A., se sumó a dicha campaña de reciclado e hizo entrega de los residuos de papel generados en su complejo industrial.

**IMPACTO:** Al 2012, el Municipio recolectó más de 5 toneladas de papel con destino reciclado y posterior fabricación de papel higiénico, tissue y productos escolares. Cabe destacar, que con el dinero recaudado por la venta del material, el Municipio empleó tres personas de su "Plan local de Inclusión Social" para la tarea de clasificación de los residuos. Además, compró insumos que fueron entregados a la Subsecretaría de Ecología y Medio Ambiente.

**Campaña de reciclado de envases post consumo:** a través de esta actividad se pretende brindar al personal del complejo industrial General Rodríguez una herramienta para la concientización respecto a la necesidad de incorporar hábitos sustentables y reducir del volumen de RSU (residuos sólidos urbanos) a disponer en un relleno sanitario. En este marco, la compañía les brindó a sus colaboradores la opción de traer desde sus domicilios y acopiar en un espacio habilitado para tal fin, envases de alimentos post consumo (plásticos/tetra) para su posterior reciclado.

**IMPACTO:** Como resultado de su campaña 2012, se enviaron a reciclar 1.266 kgs de envases.

**Campaña de reciclado de aceites vegetales:** Desde 2010, Mastellone Hnos trabaja en conjunto con el Municipio de General Rodríguez con el fin de reciclar los residuos de aceite vegetal resultantes de su comedor principal ubicado en Planta Central. De esta manera, no sólo promueve la propuesta de reciclado del OPDS (Organismo Provincial para el Desarrollo Sustentable) en torno al tema, sino que también contribuye con una causa social destinando al Cuerpo de Bomberos Voluntarios parte de la recaudación por cada litro de aceite entregado a la empresa recicladora. Cabe destacar que en 2011, Mastellone Hnos sumó a la campaña el acopio de lecitina en desuso.

**IMPACTO:** Finalizado el 2012, el acopio de aceite vegetal para su entrega posterior para reciclado alcanzó los 12.350 lts.



Desde 2007, Fundación Danone lleva adelante el compromiso del Grupo Danone en Argentina con la salud y la nutrición, desde la educación en hábitos saludables, la promoción del acceso a la alimentación y el desarrollo comunitario. De esta manera, desarrolla y apoya prácticas innovadoras en forma integrada con la comunidad, el ámbito académico y educativo, y el sector público.

Fundación Danone trabaja sobre tres ejes principales, que son complementarios entre sí: la educación en hábitos saludables, el acceso a la alimentación y la movilización comunitaria.

#### EN QUÉ CONSISTEN LOS PROGRAMAS:

##### EDUCACIÓN Y NUTRICIÓN



**(Nutrición)<sup>2</sup>:** Es un programa integral de la Fundación Danone para trabajar la importancia de incorporar hábitos saludables desde niños. Bajo el concepto de “multiplicación” integra herramientas y prácticas para favorecer una alimentación variada y moderada, una hidratación saludable, actividad física y buenas costumbres. En esta línea (Nutrición)<sup>2</sup> se articula y potencia con el programa educativo “Mamá, Papá: ¡Prefiero Agua!”, desarrollado por el Departamento de Hidratación y Salud de Aguas Danone de Argentina, para seguir multiplicando los hábitos saludables. (Nutrición)<sup>2</sup> integra:

- Talleres y charlas: con el objetivo de empoderar al adulto como referente de una buena nutrición, brindándole herramientas y apoyo. Capacitación en hábitos saludables y estrategias para el trabajo en el aula. Destinados a docentes, padres, referentes comunitarios y formadores en general.

**IMPACTO:** Desde el 2008 se han realizado más de 30 actividades por año en escuelas y jardines de infantes de Buenos Aires, Chascomús, Gral. Rodríguez, Almirante Brown, Córdoba, Mendoza y Organizaciones sociales de los Bancos de Alimentos a lo largo de todo el país.

- Obra de teatro Supersaludable: en alianza con la Asociación Civil Supersaludable, desde el 2011 se ha presentado el Musical Infantil durante las temporadas de Verano de Mar del Plata 2012 y 2013, ganando el premio Estrella de Mar al mejor espectáculo infantil, y en la Provincia de Mendoza, junto a la Dirección General de Escuelas.

**IMPACTO:** Por 3 años consecutivos, el alcance fue cercano a los 44.000 chicos, docentes y familias en general.

- Material didáctico: Se entregan diferentes kits de juegos educativos auto gestionables, para trabajar con niños de 3 a 12 años.

**IMPACTO:** Desde 2011 se entregaron 2000 kits en todo el país.

- Juego directo con Chicos: Teatro de Títeres, Nutri Juego y Un Día Saludable son los juegos que se implementan en dinámicas donde los chicos están presentes: como ser escuelas, Tecnópolis, Mundialito La Serenisima, Estaciones Saludables de la Ciudad de Buenos Aires, entre otros.



**Mamá, Papá: ¡Prefiero Agua!** Este es un programa que busca el acercamiento, a través de los docentes, a niños de jardines de infantes y escuelas primarias de todo el país, con el objetivo de promover la hidratación saludable entre los más chicos.

**IMPACTO:** Ya se contactó a más de 200 mil chicos con la premisa de lo sano que es incorporar el hábito de beber agua. Cada encuentro es un taller informativo dictado por un equipo de profesionales de la salud, que al finalizar entrega material didáctico especialmente desarrollado para el trabajo en el aula.

## COMUNIDAD

**Acceso a la alimentación:** Este programa consiste en la realización de diferentes talleres llamados "Alimentando redes", para las organizaciones beneficiadas del Banco de Buenos Aires, buscando la interacción entre Organizaciones de una misma zona, potenciando sus recursos disponibles. En el 2012, junto a la Red de Bancos, se realizó la elaboración e implementación de un diagnóstico de necesidades y oportunidades de mejora de los bancos, para definir las prioridades de trabajo para los próximos años. Actualmente se está trabajando en función de los resultados arrojados.

Junto al Movimiento Agua y Juventud, y en el marco del Programa SedCero, que busca brindar agua potable a la población del Gran Chaco Americano, se está trabajando en un proyecto de acceso al agua para una localidad de la zona.

**IMPACTO:** A través de una alianza con la Red Argentina de Banco de Alimentos, se facilitó el acceso a alimentos a más de 150.000 personas a través de 1000 entidades receptoras, entre comedores, escuelas y centros comunitarios. En la búsqueda del fortalecimiento de los Bancos, se apoya el financiamiento de equipos de refrigeración para los Bancos de Buenos Aires y Mendoza.

**Movilización comunitaria:** A través de la conformación de nueve grupos solidarios, integrados de manera voluntaria por colaboradores del Grupo Danone, se realizan por año cerca de 20 acciones concretas de mejora y solidaridad, en las comunidades en las que viven o trabajan. Los Grupos Solidarios, además, reciben el apoyo de todos sus compañeros que voluntariamente eligen donar desde su recibo de sueldo un monto destinado a financiar sus acciones solidarias. Además, la Fundación Danone mes a mes aporta el mismo monto recaudado, duplicando así los fondos disponibles por Grupo.



CENTRO AZUCARERO ARGENTINO

## CENTRO AZUCARERO ARGENTINO

Camara gremial empresaria fundada en 1894, actualmente nuclea a 11 ingenios socios.



## COMPAÑÍA AZUCARERA LOS BALCANES S.A.

La empresa lleva adelante en forma voluntaria un Plan de Responsabilidad Social Empresaria, orientando sus valores no sólo al fomento del desarrollo económico de la región, sino también a su desarrollo social y ambiental.

### EN QUÉ CONSISTEN LOS PROGRAMAS:

**Adhesión al Pacto Global:** en cumplimiento del compromiso contraído con Naciones Unidas para contribuir con sus diez principios fundamentales que sustentan el Convenio. Dentro de ellos, están incluidas las siguientes recomendaciones:

- Cumplir con la legislación nacional y provincial en lo referente a la protección de los Derechos Humanos y no ser cómplices de abusos a esos derechos, para tal fin se contrató un servicio de comedor y sala de descanso gratuitos para el personal radicado a una distancia mayor a 20 km de la planta. El total de beneficiados se incrementó a 40 empleados.
- Apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso u obligatorio y la abolición del trabajo infantil.
- Apoyar la libertad de asociación sindical y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva, la empresa cuenta con 368 empleados adheridos libremente al sindicato FOTIA y 105 empleados adheridos al sindicato FEIA. Los Delegados de ambos sindicatos trabajan normalmente en la empresa, y gozan de las prerrogativas que les concede la legislación vigente.
- Apoyar la eliminación de la discriminación en materia de empleo y ocupación, contamos con un plantel de empleados de ambos sexos, además los operarios con discapacidades físicas se encuentran totalmente incluidos realizando tareas a su alcance.
- Apoyar un enfoque preventivo frente a los retos medioambientales, por ello ha concretado recientemente uno de los dos proyectos de producción de bioetanol a partir de fuentes renovables más grandes de la Argentina, y ha desarrollado paralelamente un importante proyecto de manejo y disposición de sus efluentes orgánicos con agregado de valor (producción de compost). Se encuentra además en un avanzado estado de desarrollo su proyecto de generación de vapor y energía eléctrica a partir de la quema de biomasa, que incluye la puesta en servicio de una gran caldera de última generación, apta para estos fines.
- La energía eléctrica no utilizada será comercializada, reemplazando a la producida por otras usinas basadas en fuentes no renovables de energía primaria. Dicha comercialización se encuentra en vías de licitación.
- Promover mayor responsabilidad medioambiental, el primer CRI (Programas y Convenios de Reversión Industrial) fue celebrado en 2007 y respetado en su totalidad, se firmaron dos nuevos CRIs para los cuales se comprometieron importantes recursos humanos y económicos.

**IMPACTO:** Se ha destinado un total aproximado de u\$s 8,000,000 para estas obras.

## **Creación de la primer Universidad privada de gestión laica del Norte Argentino: Universidad de San Pablo-Tucumán**

La provincia de Tucumán fue y sigue siendo un polo de conocimiento y formación académica de alto impacto. Por lo tanto, cuenta con el capital social necesario para garantizar un excelente nivel de profesionales. Es de esperar, entonces, que la Universidad también se proyecte como un nuevo generador de este recurso. En 2007, finalmente, se aprobó por Decreto 859/07 del P.E.N.

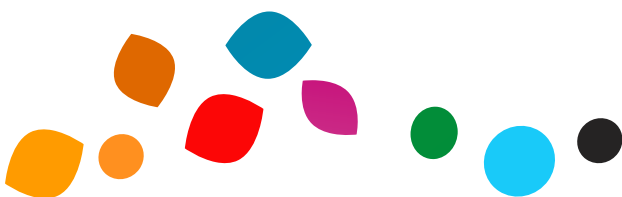
La universidad contempla en su Plan Estratégico de Desarrollo Institucional un aporte directo a la integración Andina del NOA, recuperando vínculos ancestrales y creando nuevos puentes de cooperación entre naciones. La proyección Andina de la Universidad tiene su correlato en una comprensión de la importancia estratégica del Océano Pacífico como medio de intercambio comercial y cultural para la provincia y la región.

La oferta académica no sólo se ha incrementado sino que también se diversificó atendiendo las diferentes necesidades de una sociedad dinámica con problemáticas cambiantes.

Actualmente la matrícula es de 1.800 alumnos, incluyendo la formación de grado, pregrado, cursos de formación continua y postítulos de capacitación docente.

**Creación de la Escuela República de Croacia:** En las inmediaciones del Ingenio La Florida, se construyó la Escuela República de Croacia cuyo alumnado, básicamente son hijos y familiares de los empleados del Ingenio.

**IMPACTO:** En la escuela, más de 200 niños reciben su educación primaria y secundaria en esta institución.



**INGENIO SAN ISIDRO**



El ingenio ha elegido el camino del desarrollo de la producción de caña de azúcar orgánica.

### **EN QUÉ CONSISTEN LOS PROGRAMAS:**

**EDUCACIÓN:** Posee una huerta orgánica en los predios de un establecimiento escolar de nivel primario, en donde se da a conocer la cultura del consumo de hortalizas orgánicas a los alumnos, su modo de siembra y cultivo. Además, distribuye estas hortalizas orgánicas en los comedores infantiles y/o escolares de la zona de influencia del Ingenio.

**AMBIENTE:** Ingenio San Isidro por ser un productor orgánico, ha desarrollado un sistema auto sustentable de producción de la caña de azúcar.

Como las normas orgánicas internacionales no permiten el uso de fertilizantes químicos o sintéticos, debe formular sus propios fertilizantes para la caña de azúcar. Para ello procesa todos los efluentes que provienen de la fábrica de azúcar y de alcohol, transformándolos en un abono orgánico.

Ingenio San Isidro por lo tanto no arroja fuera de sus predios ningún tipo de efluente (contaminante) y retorna al cultivo todos los elementos que la caña de azúcar retiró del suelo para su crecimiento.





El objetivo principal es contribuir al desarrollo de la provincia de Jujuy y en particular del área de impacto directo, compuesta por las comunidades de las que la empresa forma parte. Tienen como objetivos específicos:

1. Promover la construcción de capital social.
2. Estimular la generación de empleo y empleabilidad.
3. Promover la reducción de la brecha digital en la región.
4. Promover la mejora de la educación técnica
5. Contribuir a la mejora de las propuestas educativas, culturales y deportivas.
6. Apoyar a organizaciones de bien público.

### EN QUÉ CONSISTEN LOS PROGRAMAS:

#### VIVIENDA:

**Plan de construcción de mil viviendas:** Para promover el acceso a la vivienda y mejorar la calidad de vida de sus trabajadores, Ledesma está llevando a cabo un plan de construcción de mil viviendas en tres años para el personal dentro de convenio.

Para el desarrollo del nuevo barrio se están contratando proveedores y empresas constructoras locales.

**IMPACTO:** Este programa está destinado a 1000 familias de manera directa. El proyecto crea 220 empleos directos en la construcción, a lo que hay que sumar alrededor de 120 empleos indirectos.

#### EDUCACIÓN:

**Programa de Capacitación Informática:** En 2012, se cumplieron diez años capacitando a la comunidad y especialmente a jóvenes jujeños en herramientas básicas y avanzadas de informática. El programa, gratuito y abierto a toda la comunidad, tiene los objetivos de reducir la brecha digital y mejorar las oportunidades de inserción laboral de los jóvenes. Está dirigido a la población de menores recursos económicos de la región y específicamente a los mayores de dieciséis años, que están en transición entre la escuela y su primer empleo. Funciona en siete centros de capacitación, con un equipo de 11 docentes y una coordinadora. También se ofrecen cursos a medida para instituciones públicas u organizaciones de la comunidad como centros vecinales, asociaciones de jubilados, escuelas, hospitales y policía.

**IMPACTO:** Se capacitaron a 1000 personas en 2012 y a 9.500 desde el inicio del Programa.

**Articulación con la Escuela Técnica Herminio Arrieta:** Se apoya a la Escuela Técnica en su plan de acercar la enseñanza al mundo del trabajo. El propósito es promover la cultura del trabajo y ofrecer los medios que permitan la inserción laboral de aquellos chicos que no siguen estudios superiores. Un equipo conformado por directivos, profesores, técnicos e ingenieros de la escuela y de la empresa viene trabajando en la actualización curricular, la mejora edilicia, la ampliación y el equipamiento de los talleres y los aspectos de seguridad e higiene.

**Escuela-Empresa:** A través del proyecto "Escuela-empresa y prácticas profesionales" se reciben en el Complejo Agroindustrial a 130 alumnos de las escuelas técnicas y aerotécnicas de la zona que realizan prácticas en las instalaciones de la empresa con el objetivo de aprender la resolución de problemas técnicos reales.

**Plan de Mejora de Lengua y Matemáticas:** Se acompaña el programa que está realizando el colegio José María Paz de mejora de la calidad de la enseñanza de lengua y de matemática en los niveles primario y secundario.

## **“Un equipo ganador” y “Prevención y abordaje de violencia y bullying en las escuelas”:**

Se realiza en alianza con la Fundación Centro de Estudios Infectológicos (FUNCEI) y las escuelas de la zona. Directores, docentes y alumnos reciben anualmente una capacitación dictada por el doctor Daniel Stamboulián y su equipo técnico. Está destinado a alumnos de quinto grado y se realiza con el libro estudiantil, el manual pedagógico y el cuadernillo de actividades. Además, se trabaja con los docentes de 6° y 7° grado en “Prevención y abordaje de violencia y bullying en las escuelas”

**IMPACTO:** Participaron 1.250 alumnos y 70 docentes de 6° y 7° grado.

**Proyecto “Aprendiendo a reciclar”:** Por séptimo año consecutivo se realiza un proyecto de reciclado de envases en diferentes sectores de la empresa y en diversos ámbitos comunitarios, con el objetivo de contribuir al cuidado del medio ambiente.

**IMPACTO:** Este proyecto genera recursos económicos para 3 escuelas de la zona.

DEPORTE:

**Promoción del deporte - Torneo integración de fútbol infantil “Amistad”:** Se fomenta el deporte y la integración, por medio de un campeonato de fútbol del que participan chicos de 9 y 14 años para promover los valores de la integración, la unión, la solidaridad, el respeto y el compromiso. Esta iniciativa fue organizada en conjunto por los delegados de los barrios, la Asociación Ledesmaense de Árbitros, el Club Atlético Ledesma y el Departamento de RSE de Ledesma. Incluye actividades de formación para profesores, delegados de los barrios, árbitros, jugadores y sus padres, orientadas a la promoción de la salud (cuidado del cuerpo y nutrición), a la prevención de consumo de drogas y abuso de alcohol.

**IMPACTO:** Por año, participan más de 800 chicos.

CULTURA:

**Centro de visitantes Ledesma:** En Libertador General San Martín, Jujuy, funciona el Centro de Visitantes Ledesma. Es un centro de interpretación de la empresa, y de las comunidades, en el que se relata la historia de la compañía, nuestras principales actividades y los vínculos permanentes con nuestros vecinos. Además, cuenta con sectores para muestras temporarias y un salón de usos múltiples, que son utilizados para diversas actividades culturales de la comunidad como por ejemplo un curso de capacitación en dirección coral, destinado a docentes organizado junto al Mozarteum de Jujuy. El Centro está abierto a todos los visitantes, la entrada es libre y gratuita, y contribuye, además, a fortalecer el circuito turístico de las yungas, potenciando el desarrollo social local.

**Concurso Ledesma de Pintores Jujeños:** Tiene como objetivo promover el arte en la provincia de Jujuy y esta destinado exclusivamente a artistas y estudiantes jujeños. Se realiza en articulación con la Secretaría de Cultura de la provincia de Jujuy. El Jurado está conformado por tres miembros de la Academia Nacional de Bellas Artes. Se realiza año de por medio.

**IMPACTO:** Se promueve el arte de la provincia. En la última edición se recibieron 80 obras y más de 600 de estudiantes.

ARTICULACIÓN LOCAL:

**Proyecto de desarrollo local “San Francisco se conecta al mundo”:** En alianza con Fundación ProYungas y otras empresas, Ledesma acompaña el desarrollo de la comunidad de San Francisco, Jujuy compuesta por 500 familias.

**IMPACTO:** Ledesma donó la antena para acceder al servicio de internet y conectarse al país y al mundo.

**Donaciones en Jujuy:** Se realizan principalmente donaciones de azúcar, cuadernos y resmas. También se recuperaron las computadoras que la empresa deja de utilizar pero que están en buenas condiciones para entregarlas a organizaciones de la comunidad.



**IMPACTO:** Las donaciones anuales de azúcar alcanzan los 133.000 kg y se destinan a 83 instituciones (escuelas, comedores, hogares y comunidades religiosas) de Libertador General San Martín y de localidades cercanas. Las donaciones de cuadernos y de papel, de aproximadamente 12.000 kg, llegan a 52 escuelas, centros vecinales y organizaciones no gubernamentales.

Además, en 2012 se entregaron 34 Pcs, en buen estado, que pertenecían a la empresa.

**AMBIENTE:**

**Conservación de las yungas:** Ledesma trabaja junto a la Fundación Pro Yungas para profundizar y monitorear la conservación de las yungas y de los paisajes naturales, que representan 3 de cada 5 hectáreas de sus tierras, lo que permite un crecimiento compatible con el cuidado del medio ambiente.

**Inversiones en energías alternativas:** Ledesma sumó al aprovechamiento integral de caña de azúcar el proyecto de energía limpia en base a biomasa de malhoja –la materia vegetal que queda en el campo luego de la cosecha en verde de la caña-. Esto permite reutilizar esos restos vegetales para producir energía, y reducir el consumo de gas y las emisiones de carbono.

Al mismo tiempo, la empresa está desarrollando un plan de forestaciones energéticas de eucaliptos que aportan biomasa de chips de madera a la matriz energética de la empresa. Con períodos de corte de 3 a 5 años, estos cultivos son renovables y suman otro aporte a la producción limpia con procesos de mínimo impacto ambiental

**IMPACTO:** En 2012, Ledesma reemplazó un 10 por ciento del consumo total de gas. En 2013 este porcentaje estará entre 15 y 20 por ciento.



**TABACAL AGROINDUSTRIA**

Con la misión de promover el desarrollo humano con la mirada puesta en la población “Infanto Juvenil de Yrigoyen, Pachanal y Orán”, la Fundación Tabacal desarrolla programas de RSE en las áreas de Salud, Educación y Deporte.

**EN QUÉ CONSISTEN LOS PROGRAMAS:**

**SALUD-NUTRICIÓN:** Desarrolla programas de “nutrición infantil” mediante un convenio firmado con CONIN (Cooperadora para la nutrición infantil) y otro con el Centro de Traumatología.

**EDUCACIÓN:** En lo referido a “educación”, participa en becas de estudio, talleres y juegotecas para estimulación temprana.

Los “programas de deportes” incluyen las actividades en el Club Tabacal y Club Zenta, con organización de competencias y olimpiadas, y escuelas de fútbol infantil.

También promueve actividades culturales. Como la gestión ante el INCAA para abrir un cine en La Posta, El Tabacal, y la apertura de una biblioteca.

**AMBIENTE:** Tabacal Agroindustria y Fundación Tabacal, desarrollan de manera conjunta una serie de programas de RSE, basados también en producciones sostenibles: cultivos de arándanos, saneamiento ambiental y plan de viviendas destinadas al personal de la empresa.

El plan de saneamiento ambiental incluye la prevención y control de enfermedades, control de plagas de las zonas y obras de mejora.

**OTRAS ACCIONES:** Además, brinda talleres de autogestión a los ciudadanos. donaciones de alimentos, materiales y ayudas en obras civiles. Colaboración con merenderos y comedores.

Apoyo profesional a los ciudadanos de bajos recursos.



## FEDERACIÓN ARGENTINA DEL CITRUS

Federcitrus es una cámara gremial empresaria que agrupa a productores cítricos de Argentina. Cuenta con 39 empresas socias de todo el país.

### CITRUSVIL - GRUPO LUCCI



El desarrollo productivo de Grupo Lucci está acompañado del crecimiento de su contexto rural, coordinando acciones con el estado, instituciones, ONGs y la comunidad en general. En 2003, creó Fundación Vicente Lucci, con el objetivo de generar herramientas que permitan a la sociedad mejorar su calidad de vida, fortalecer a las instituciones y principalmente colaborar en el desarrollo personal, laboral y comunitario de los ciudadanos, mediante acciones responsables, con una visión a largo plazo. Así, la compañía canaliza la Responsabilidad Social Empresaria (RSE) de manera participativa y con gran impacto social. La gestión se desarrolla en base a diagnósticos socioeducativos, tendencias en RSE y principalmente basados en los resultados obtenidos. El enfoque de la gestión está puesto en el "compromiso por la infancia", la "formación medio-ambiental" y la "inclusión laboral y social".

#### EN QUÉ CONSISTEN LOS PROGRAMAS:

##### EDUCACIÓN

**Educación en Valores:** es un programa complementario a la educación formal de nivel inicial, primario y secundario. Está compuesto por dos etapas en nivel primario y dos etapas en el nivel secundario, en las cuales se desarrollan temas como:

1° Etapa (Nivel Primario): En este período se busca instalar conductas responsables. Abarca el nivel inicial, más el 1° Ciclo primario: de 5 a 8 años (Jardín de Infantes, 1°, 2° y 3° grado). En esta etapa se incluyen los programas de: **"Sembrando Valores"** (nivel inicial), **Juntarte** (1° grado), **Arte de Leer** (2° grado), **"Jugar para aprender"** (3° grado) y para niños de 3 a 12 años un programa de **"Un Verano Diferente"**.

2° Etapa (Nivel Primario): Se buscan reforzar valores como compromiso social y ambiental en los alumnos. Abarca el 2° Ciclo primario: de 9 a 11 años (4°, 5° y 6° grado).

Programas que incluye son: **"Conducta Saludable"** (4° grado), **"Educambiente"** (5° grado) y **"Protegernos"** (6° grado).

3° Etapa (Nivel Secundario): Se pretende sostener la estructura de valores durante la adolescencia. Contempla: Ciclo secundario básico: de 12 a 14 años (1°, 2° y 3° año). Programas que incluye son: **"Recrearnos"**, **"Tu Turno"** y **"Proyección Laboral"**.

4° Etapa (Nivel Secundario): Se trabaja sobre la conciencia ciudadana. Incluye el 2° Ciclo secundario orientado: de 15 a 17 años (4°, 5° y 6° año) y es la práctica de los programas del nivel 3.

Para llevar a cabo tales acciones, se realiza una presentación anual de los programas a las instituciones, se firma una Carta de compromiso con aquellas involucradas. Se realiza una convocatoria con posterior capacitación a voluntarios. Luego se implementan los programas. Se realiza una evaluación y, para finalizar, se entregan certificados de la gestión educativa de Fundación Lucci para cada alumno y las escuelas participantes.

**IMPACTO:** Los mismos son resultados de la implementación de proyectos en 4 provincias del NOA: Tucumán, Santiago del Estero, Salta y Catamarca, en las comunidades donde se encuentran los centros productivos de Grupo Lucci.

Los beneficiarios directos de los programas entre los años 2011 y 2012 fueron un total de 9.012 niños y jóvenes y 33 escuelas.

**Voluntariado Corporativo Integrarse:** El voluntariado corporativo es una herramienta que permite a los empleados ser los verdaderos protagonistas de la acción social de la empresa. Esta iniciativa tiene como objetivo lograr que los empleados de Grupo Lucci, aporten desde su lugar, sus valores y conocimientos, posibilitando así, la reflexión de cientos de niños y jóvenes que se encuentran en plena construcción de sus aspiraciones e intereses. La sola presencia de los voluntarios en las escuelas, genera una movilización importante para los alumnos, ya que en la mayoría de casos, son los únicos que tienen el compromiso de visitarlos y acompañar su gestión educativa durante todo el año.

**IMPACTO:** Los voluntarios en este período, sumaron un total de 280 y las instituciones comprometidas fueron 8 durante 2012.

**Fomento de la escolaridad con Randstad S.A. (ex SESA Select):** Desde 2009 hasta la fecha, se logró afianzar el esquema de acción de trabajo conjunto, permitiendo abrir el diálogo con otras empresas, instituciones y ciudadanos responsables, posibilitando la creación de un modelo factible de replicación, acortando distancias y unificando el mensaje de "concientización" sobre la importancia de los beneficios de concluir la "Escolaridad", previniendo de esta manera el "Trabajo Infantil". Con Randstad S.A. se crearon los programas: "Juntarte y Jugar para Aprender". También se implementó el proyecto "Mi primer empleo" de inserción laboral para jóvenes en el NOA, principalmente en las fincas citrícolas.

**Becas de Integración BBVA Francés:** El programa es una iniciativa que BBVA Francés financia en articulación con Fundación Vicente Lucci en Tucumán. Busca la integración y la permanencia en el sistema educativo de los jóvenes de familias de bajos ingresos. Mediante entrevistas y selección se definen los becados. El dinero de la beca debe ser destinado para educación de los alumnos, con una posterior rendición académica y gastos, efectuadas mensualmente.

**Formación de oficio, Semillero de Futuro - Monsanto:** Este proyecto se desarrolló con el interés de generar una nueva alternativa de formación laboral. Permite a los jóvenes abrir nuevas posibilidades de trabajo. El desarrollo del mismo consiste en una capacitación anual, de características teórico-prácticas, donde se forma en selectores en compraventa de granos.

Estas temáticas están acompañadas con la parte práctica, mediante la formación de un laboratorio donde experimentan las diferentes prácticas que propone la capacitación.





## FEDERACIÓN DE LA INDUSTRIA LICORISTA ARGENTINA

Entidad gremial empresaria que agrupa a la Cámara Argentina de Destiladores Licoristas y a la Cámara de Fabricantes de Refrescos y Afines. Agrupa a las más destacadas empresas productoras de bebidas espirituosas y de refrescos del país. Cuenta con 11 socios.

**“Maneja lo que tomás”:** Durante el verano 2012-2013 se llevó adelante la campaña conjunta, “MANEJA LO QUE TOMAS”, donde participaron de manera activa integrantes de FILA, de la Jefatura de Gabinete del Gobierno de la Provincia de Buenos Aires (área de Responsabilidad Social Empresaria), el Ministerio de Salud de la Provincia de Buenos Aires y el Sindicato de trabajadores de admisión y permanencia (personal de seguridad).

### EN QUÉ CONSISTE EL PROGRAMA:

Se realizan controles voluntarios de alcoholemia en cercanías de boliches en distintas localidades de la costa atlántica bonaerense (Villa Gesell, Pinamar, San Bernardo).

Durante estos controles voluntarios, se mide el nivel de alcoholemia y se premia a los jóvenes cuyo grado de alcohol en sangre respeta los límites legales. (Premio al buen consumidor).

### IMPACTO:

Se realizaron 1.505 controles

1.137 a Hombres - 368 a Mujeres

El 96,61 por ciento tenía entre 18 y 25 años.



**Para mayor información:**



Sociedad Argentina de Nutrición

[secretaria@sanutricion.org.ar](mailto:secretaria@sanutricion.org.ar)  
[www.sanutricion.org.ar](http://www.sanutricion.org.ar)

Viamonte 2146 5° "B" (CABA)  
Tel: (+54 11) 4954 - 0400 / 0700



[institucional@copal.org.ar](mailto:institucional@copal.org.ar)  
[www.copal.org.ar](http://www.copal.org.ar)

25 de mayo 516 5° y 6° (CABA)  
Tel: (+54 11) 4311 - 3006 (LR)

