



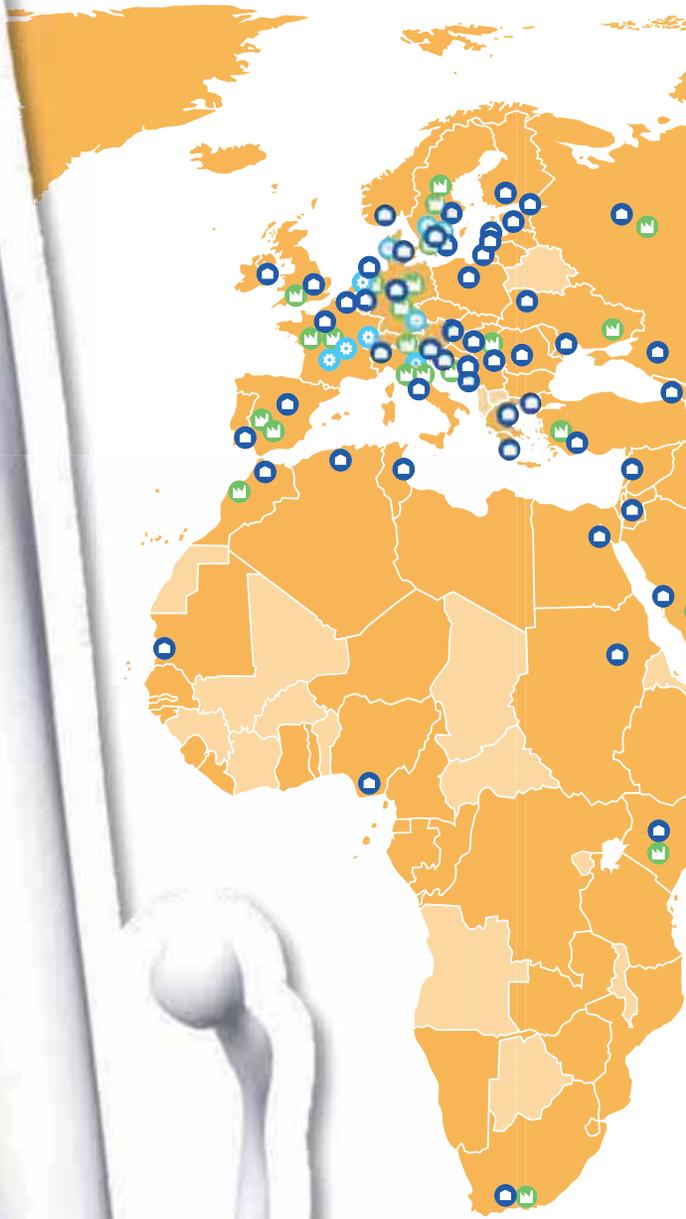
MISIÓN POSIBLE

Informe de Sostenibilidad actualizado 2011



VENTAS NETAS 2010 (MILLONES DE EUROS)

9.980



DATOS CLAVE

49

MILLONES DE NIÑOS EN 54 PAÍSES SE BENEFICIARON DE PROGRAMAS DE ALIMENTACIÓN ESCOLAR

8.500

MILLONES ENVASES CON EL CERTIFICADO FSC™ LLEGARON A LOS CONSUMIDORES EN 23 PAÍSES

74.000

MILLONES DE LITROS DE PRODUCTOS ENTREGADOS EN ENVASES DE TETRA PAK

NÚMERO DE ENVASES
(miles de millones)

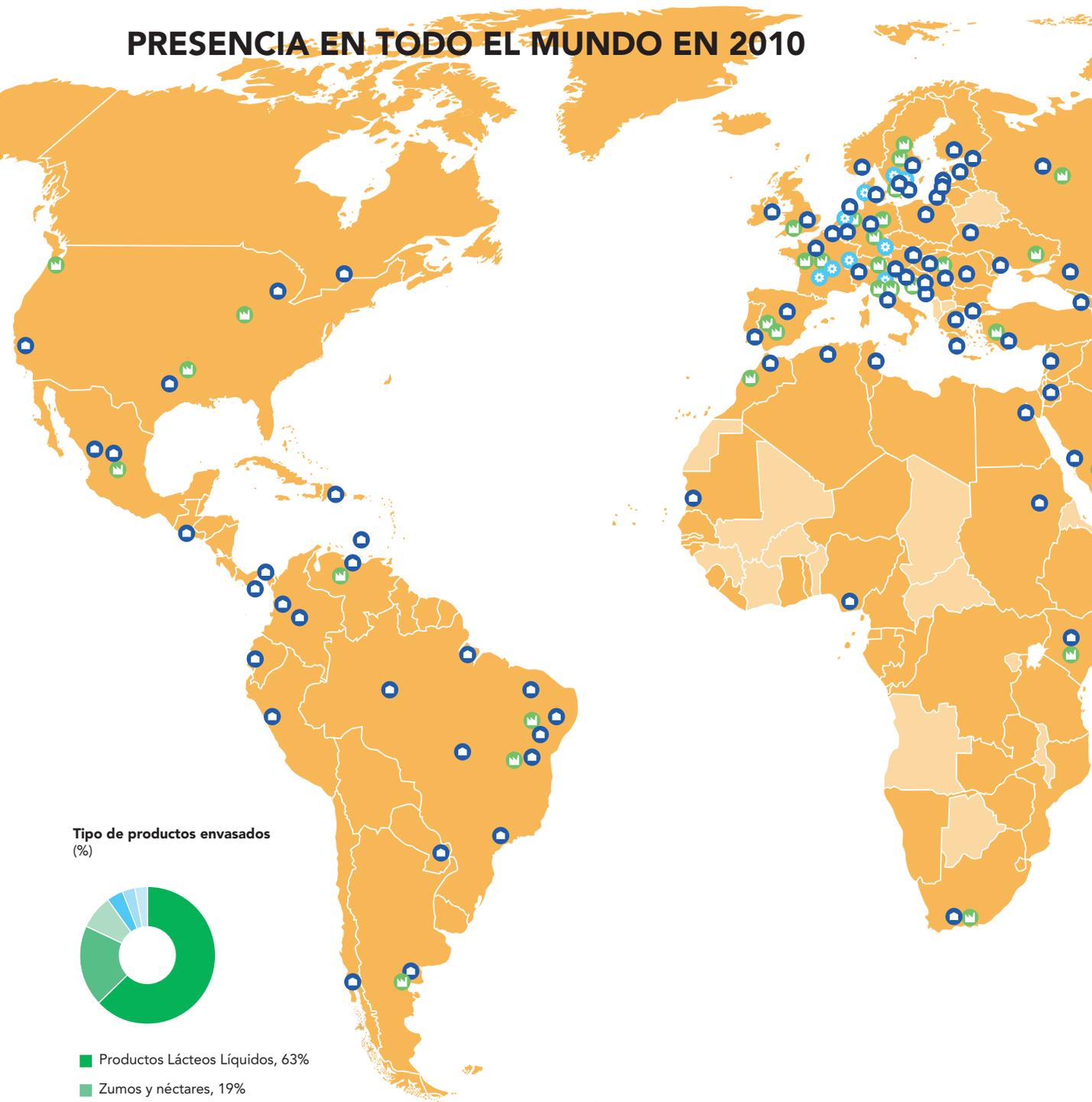


LOS 10 PRINCIPALES MERCADOS
(miles de millones de envases)

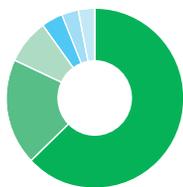


China, 34	Arabia, 7
Brasil, 11	Alemania y Suiza, 6
EEUU y Canadá, 8	México, 6
Iberia, 8	Japón, 6
Rusia, 7	Tailandia, 5

PRESENCIA EN TODO EL MUNDO EN 2010

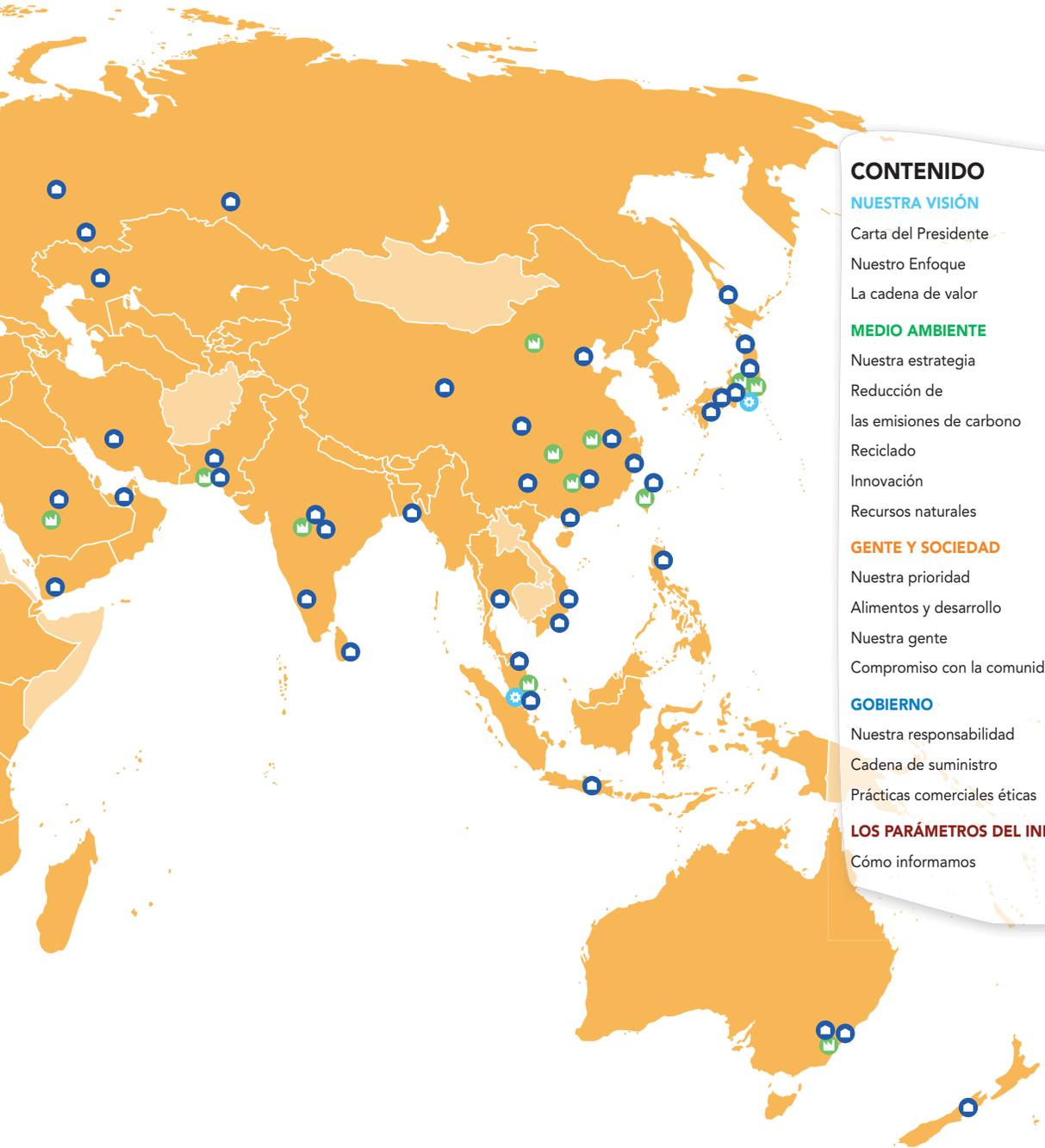


Tipo de productos envasados (%)



- Productos Lácteos Líquidos, 63%
- Zumos y néctares, 19%
- Bebidas sin gas, 8%
- Alternativas a los lácteos, 4%
- Vino y bebidas alcohólicas, 3%
- Otros productos, 3%

- Mercados cubiertos, > 170
- Mercados y oficinas de ventas, 119
- Plantas, 43
- Unidades de Investigación y Desarrollo, 11



CONTENIDO

NUESTRA VISIÓN

Carta del Presidente	2
Nuestro Enfoque	4
La cadena de valor	6

MEDIO AMBIENTE

Nuestra estrategia	8
Reducción de las emisiones de carbono	10
Reciclado	12
Innovación	14
Recursos naturales	16

GENTE Y SOCIEDAD

Nuestra prioridad	18
Alimentos y desarrollo	20
Nuestra gente	22
Compromiso con la comunidad	24

GOBIERNO

Nuestra responsabilidad	26
Cadena de suministro	29
Prácticas comerciales éticas	30

LOS PARÁMETROS DEL INFORME

Cómo informamos	32
-----------------	----

21.800

EMPLEADOS

WWW.TETRAPAK.COM/SU2011

CAMBIO DRÁSTICO EN LA SOSTENIBILIDAD

Mismos objetivos, nuevos impulsores

En Tetra Pak todo lo que hacemos lo impulsa una sola promesa: proteger lo bueno.

Ese compromiso se refiere no sólo a garantizar la seguridad de los alimentos que comemos y bebemos. También se trata de minimizar nuestro impacto sobre el medio ambiente; ayudar a nuestros clientes en todo el mundo a levantar sus empresas, asegurar un suministro de alimentos sólido, de confianza y de gran alcance; y finalmente mejorar la salud y los estilos de vida de personas en todo el mundo.

Llevamos haciéndolo desde 1952, ofreciendo soluciones de envasado y procesado que han sido líderes de mercado. Durante esos 60 años no

ha cambiado la necesidad de que los alimentos sean seguros y de confianza. Pero el escenario global para satisfacer esas necesidades es hoy muy diferente.

La población mundial está creciendo. En 2050 va a llegar a los 9.000 millones, incrementando en gran medida la demanda de alimentos. Esa demanda está aumentando por el rápido crecimiento de la clase media en las economías emergentes, poniendo más presión sobre los recursos naturales como la tierra, el agua y la energía. Y todo esto sucede en un momento en que debemos abordar urgentemente la cuestión del cambio climático.

Por eso en Tetra Pak nos estamos centrando en nuestras habilidades y nuestro conocimiento para satisfacer esta demanda creciente de alimentos sanos y nutritivos de una manera sostenible y responsable.

Bases sólidas

Al hacerlo así estamos construyendo sobre un fuerte legado de buena ciudadanía corporativa y liderazgo responsable de la industria tan antiguo como nuestra empresa.

Durante seis décadas hemos trabajado en estrecha colaboración con empresarios locales para apoyar la creación de

empresas de procesado y envasado de alimentos en todo el mundo.

Hemos ayudado a establecer programas de alimentación escolar que benefician a unos 49 millones de niños en más de 50 países.

Nos hemos centrado en mejorar el perfil ambiental de nuestra actividad, nuestros productos y servicios, desde el diseño del equipamiento para el procesado y envasado hasta el reciclado de nuestros cartones. Hemos colaborado de cerca con WWF y el Forest Stewardship Council para asegurar un suministro de cartón sostenible y promover una explotación responsable de los bosques.

También nos hemos fijado difíciles objetivos ambientales. En el 2005, por ejemplo, como miembros de la iniciativa Salvadores del Clima de WWF, nos comprometimos a reducir nuestras emisiones de carbono en un 10% en cinco años. Lo hemos logrado - redujimos las emisiones en un 13%, a pesar de haber aumentado las ventas en un 23%.

Desde 2004 somos parte del Pacto Mundial de la ONU y seguimos integrando sus 10 principios sobre el medio ambiente, trabajo, lucha contra la corrupción y derechos humanos en todas nuestras operaciones, tal y como exponemos en nuestra Comunicación sobre el Progreso. A través de nuestra actividad principal, y



“NUESTRA NUEVA ESTRATEGIA PARA 2020 SE CENTRA EN LA CONTINUIDAD PERO INCLUYE TAMBIÉN LA TRANSFORMACIÓN”

las de nuestra Oficina de Alimentos para el Desarrollo, también estamos ayudando a cumplir los Objetivos de Desarrollo del Milenio de la ONU para reducir la pobreza y mejorar la salud mundial, la educación y la igualdad de género.

Un paso para el cambio en 2011

No obstante sabemos que tenemos que hacer más, por ello a partir de 2011 vamos a intensificar nuestros esfuerzos para mejorar el funcionamiento y reducir nuestra huella ambiental en toda la cadena de valor.

Nuestra estrategia para 2020, presentada a comienzos de este año, sitúa nuestras ambiciones ambientales en el corazón de nuestro negocio. Se trata de una estrategia centrada en la continuidad –hacer lo que hacemos bien y sobre la base de nuestros logros– pero que también incluye la transformación. Reconocemos la necesidad de crecer en todos los mercados, de acelerar la innovación, de mejorar nuestro funcionamiento, alcanzar la excelencia ambiental, el desarrollo de nuestra gente y de forjar nuestra reputación.

Mi papel es el de establecer los objetivos y crear la mentalidad que va a hacer que esto suceda. En ese momento, nuestro éxito se debe a la creatividad y el compromiso de las personas de Tetra Pak.

Trabajando juntos

No podemos hacerlo solos. Para impulsar cambios positivos a lo largo de la cadena de valor tenemos que seguir construyendo sobre nuestras fuertes asociaciones con clientes, proveedores, gobiernos y organizaciones no gubernamentales.

Con estas relaciones en marcha estoy seguro de que podemos alcanzar nuestras ambiciones de crecimiento de negocio de una manera que refleje plenamente nuestra promesa: proteger lo bueno, tanto dentro como fuera del envase.

Dennis Jönsson
Presidente de Tetra Pak



MISIÓN POSIBLE

Comprender las tendencias y los factores que afectan a nuestra industria es esencial para dirigir nuestra propia empresa con éxito. Cada vez más, la sostenibilidad es uno de los factores.

PROTEGE LO BUENO. Esa es nuestra promesa, y el principio rector de todo lo que hacemos. Como líderes mundiales de soluciones de procesado y envasado de alimentos y vivimos nuestra visión –que los alimentos sean seguros y estén disponibles en todas partes– todos los días. Esa visión no ha flaqueado, pero la manera de hacerla realidad está evolucionando.

Cadena de valor integrada

En todo el mundo, el crecimiento de la

población, el aumento de los ingresos y el cambio climático están ejerciendo una presión cada vez mayor sobre los recursos naturales. Las preocupaciones van en aumento y las empresas se sienten cada vez más responsables por el impacto de sus productos y sus actividades en el medio ambiente.

Vinculado a esto, el control público de las grandes empresas es cada vez más intenso, no sólo en relación con el impacto ambiental, sino también con respecto a las prácticas laborales, derechos humanos y su contribución a la sociedad.

Como resultado, nuestros clientes están impulsando la transparencia, la trazabilidad, las prácticas comerciales éticas y el funcionamiento eficiente en toda la cadena de valor.

Creemos que en el futuro sólo serán competitivas las empresas que hacen frente a estos desafíos de manera proactiva y los convierten en oportunidades. Hemos respondido mediante el desarrollo de envases más renovables y soluciones más ágiles de procesado y envasado de alimentos. Estamos aumentando la eficiencia y reduciendo el impacto de las operaciones así como ayudando a nuestros clientes a reducir las suyas. También estamos creando beneficios para la sociedad mediante

el apoyo a los grandes objetivos de desarrollo definidos por la ONU.

Destino 2020

En Tetra Pak nos hemos comprometido a hacer crecer nuestro negocio de una manera que sea ambiental, social y económicamente responsable. Nos hemos comprometido a apoyar y promover los 10 principios del Pacto Mundial de la ONU abordando los derechos humanos, las normas laborales, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción.

Hacia el final de 2009, la industria láctea mundial firmó la Agenda Láctea Global para la Acción, una iniciativa para combatir el cambio climático y mejorar continuamente la sostenibilidad del suministro de leche en todo el mundo mediante una mayor cooperación. Estamos desempeñando un papel activo. En el espíritu de este compromiso, nos hemos comprometido a reducir las emisiones, mejorar la eficiencia de la energía, el transporte y los recursos, y minimizar las pérdidas de leche y productos lácteos.

En concreto, para el año 2020 nos



9 IMPULSORES MUNDIALES

Estas mega-tendencias del 2020 están dando forma a nuestra industria, impulsan la innovación y son un paso en el cambio hacia la sostenibilidad:

1. Una población que crece (1.300 millones más de consumidores)
2. Los países BRIC* entre el top 10 de las economías
3. Recursos: la falta de agua y la deforestación
4. La globalización / la migración
5. Una población cada vez mayor (el número de personas de más de 60 años se triplica)
6. Tecnología: 100% verdes
7. Una legislación más estricta sobre medio ambiente e impuestos
8. Clase media emergente
9. La urbanización

*Brasil, Rusia, India y China

LLEGAR A LOS CONSUMIDORES EN MÁS DE 170 PAÍSES

aseguraremos de que las emisiones de gases de efecto invernadero a través de nuestra cadena de valor no sean más altas de lo que lo eran en 2010, a pesar del crecimiento significativo en nuestra empresa. También se duplicará la tasa de reciclado global de envases de cartón. Estamos elaborando los planes de trabajo, presupuestos y objetivos para asegurar que esto suceda.

Añadir valor

Al mismo tiempo que impulsamos nuestros objetivos en estas áreas, también estamos ayudando a nuestros clientes a conseguir los suyos.

Reducir el impacto operativo: Como proveedor líder de soluciones de procesado y envasado de alimentos, nuestros conocimientos técnicos y las innovaciones de nuestros equipos apoyan los esfuerzos de nuestros clientes para reducir costes y aumentar la eficiencia ambiental de sus actividades.

Envasar con recursos sostenibles: en el camino hacia nuestro objetivo del envase totalmente renovable, estamos comprometidos a asegurar un suministro sostenible de cartón para nuestros envases mediante el certificado Forest Stewardship Council™ (FSC). También estamos trabajando en el desarrollo de tapones de polietileno obtenido de plantas, ayudando a estimular la demanda de plásticos renovables en la cadena de suministro.

Nutrición sostenible de las comunidades emergentes: nuestros programas pioneros de Alimentos para el Desarrollo (FfD) nos ofrecen una amplia experiencia en asociaciones integradas en la cadena de valor. Estamos trabajando con nuestros clientes para desarrollar nuevos modelos de negocio que hacen frente a problemas de nutrición en la base de la pirámide económica.

Evaluación de nuestros clientes

En nuestra Encuesta de Satisfacción del Cliente de 2010 nuestra calificación ambiental obtuvo el mayor éxito de todos los tiempos, cinco puntos más que en 2009.

Eso es algo que queremos continuar, y la encuesta señala el camino. La recogida de residuos de clientes y consumidores y la mejora del reciclado fueron mencionadas como áreas en las que se puede hacer más, junto con una mayor eficiencia en la energía, el agua y los residuos en nuestro equipamiento para el procesado de alimentos y el envasado. También podemos hacer un trabajo mejor para explicar el aumento de la sostenibilidad de los envases de cartón.

OBJETIVOS DE DESARROLLO DEL MILENIO

Los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) son un conjunto de objetivos comunes, acordados por los líderes mundiales, cuya misión es acabar con la pobreza y el hambre, ampliar el acceso a la educación, mejorar la salud y promover la sostenibilidad ambiental, mediante un pacto mundial para el año 2015.

En Tetra Pak, estamos firmemente comprometidos a poner de nuestra parte para que esto suceda. A través de nuestro negocio y de Alimentos para el Desarrollo contribuimos directamente a seis de estos objetivos y, de forma indirecta, a ocho.



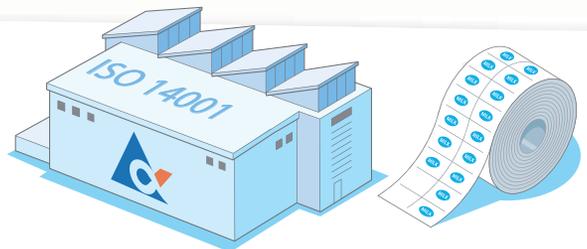
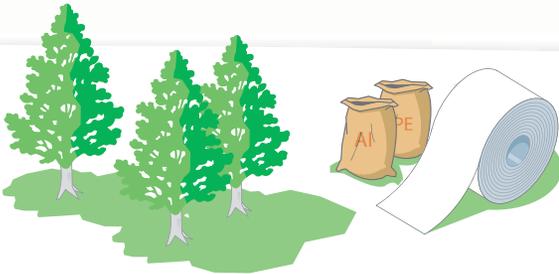
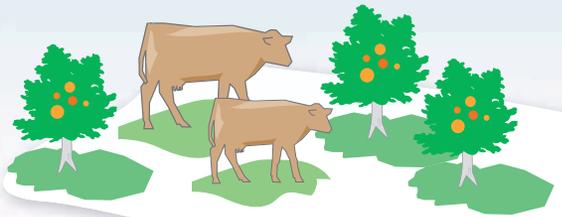
Puede encontrarse más información sobre Tetra Pak y los ODM en la contraportada de este informe.

LA REACCIÓN DE LA CADENA DE VALOR

El poder para crear un impacto social ambiental y económico positivo se multiplica al trabajar mano a mano con los socios a lo largo de la cadena de valor.

2. PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS

Junto con DeLaval, nuestros clientes y otros, estamos ayudando a desarrollar la producción local de leche por ejemplo, en Pakistán y en Bangladesh. También participamos en la iniciativa de la industria láctea para hacer frente al cambio climático.



1. PROVEEDORES

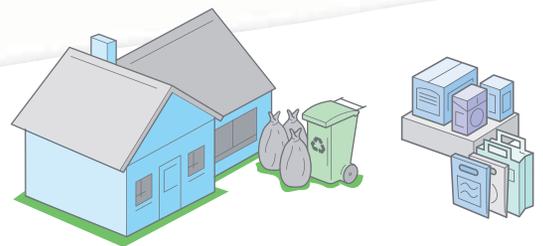
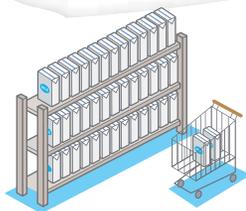
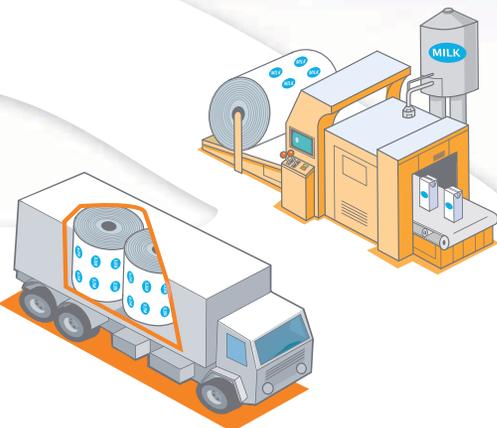
Con los proveedores nos hemos comprometido a abastecernos con cartón certificado FSC con el objetivo de llegar al 50% en 2012. También estamos involucrados en una iniciativa de la industria para la compra, producción, uso y reciclado de aluminio responsable y estamos trabajando en tapones de polietileno renovable.

3. NUESTRA PRODUCCIÓN

Para maximizar la eficiencia y minimizar la producción de residuos utilizamos World Class Manufacturing. Hemos conseguido una reducción del total de las emisiones de carbono de un 13% desde 2005 y hemos fijado un objetivo ambiental para 2020 a lo largo de toda la cadena de valor.

5. EL PROCESADO DE ALIMENTOS Y ENVASADO PARA LOS CLIENTES

Nuestras soluciones no sólo garantizan la seguridad alimentaria y un alto contenido nutricional, también ayudan a los clientes a maximizar la eficiencia del agua y de la energía y a minimizar los residuos.



8. RECICLAR

Queremos duplicar la tasa global de reciclado desde el 20% en 2010 al 40% en 2020. Estamos trabajando con las partes interesadas y en la tecnología para impulsar un reciclado sostenible y económico.

4. EL TRANSPORTE Y LA DISTRIBUCIÓN

Hacemos un seguimiento de las emisiones de gases de efecto invernadero de los envíos de material de envase y los minimizamos evitando el transporte aéreo, utilizando el ferrocarril cuando sea posible y la consolidación de los envíos.

6. COOPERACIÓN CON LOS CLIENTES Y LOS COMERCIANTES

Con los clientes estamos encontrando formas de hacer que los alimentos nutritivos sean asequibles para aquellos con rentas bajas.

7. INCREMENTAR LA CONCIENCIA DE LOS CONSUMIDORES

Estamos apoyando actividades para aumentar la conciencia sobre el medio ambiente y sobre cómo podemos ayudar a que se recicle más. Combinamos estas actividades con programas de alimentación escolar que proporcionan nutrición y buenos hábitos alimenticios.

**EN TETRA PAK,
CENTRARSE EN EL MEDIO
AMBIENTE SIGNIFICA
HACER FRENTE**

***A NUESTRA HUELLA DE CARBONO
EN TODA LA CADENA DE VALOR,
INNOVANDO PARA CONSEGUIR
PRODUCTOS MÁS SOSTENIBLES Y
MAYORES TASAS DE RECICLADO.***



HACER MÁS CON MENOS

Desarrollar soluciones con valor añadido y poco impacto en el medio ambiente hace que un negocio sea bueno. Impulsará nuestra competitividad en un mundo con una población en crecimiento, presión en los costes y en los recursos naturales.

Apuntar alto

Impulsar la excelencia ambiental es una prioridad estratégica para nosotros. Esto significa un fuerte compromiso con ambiciosos programas ambientales con una visión final de envases totalmente sostenibles, usando solamente materiales renovables, con una mínima huella de carbono y residuos cero.

Esta es una gran ambición. Pero tenemos una base sólida sobre la que construir.

Una buena base

Durante más de 20 años hemos utilizado métodos como el Diseño para el Medio Ambiente y Análisis del Ciclo de Vida para ayudarnos a entender nuestro impacto ambiental. Esto nos ayuda a mejorar la forma en la que se hacen los envases, se utilizan, transportan y eliminan, y a evaluar la sostenibilidad de las nuevas soluciones para procesar los alimentos.

Administramos nuestro impacto con cuidado, hacemos una amplia consulta, y nos asociamos con organizaciones como el Instituto de Recursos Mundiales, el Consejo de Administración Forestal (Forest Stewardship Council™) y WWF para tener suficiente información para nuestra toma de decisiones.

Un gran paso

Uno de nuestros valores fundamentales es mirar a largo plazo. Nuestra estrategia ambiental para 2020 establece un cambio radical en el rendimiento, uniendo la innovación en soluciones de alto valor con una reducción significativa del impacto ambiental.

Vemos 2020 como un hito, no un punto final, en nuestra búsqueda de la excelencia ambiental. Y es un paso importante en el camino a una cadena de alimentos totalmente sostenible.

NUESTRA ESTRATEGIA AMBIENTAL TIENE TRES EJES PRINCIPALES:

1. REDUCIR LA HUELLA AMBIENTAL EN TODA LA CADENA DE VALOR

Además de un abastecimiento sostenible y la reducción de nuestro impacto operativo, vamos a ayudar a los clientes a minimizar el uso del agua, el consumo de energía y los residuos generados durante el procesado y envasado de alimentos. Al desvincular el crecimiento del negocio del impacto sobre el clima, alcanzaremos nuestra ambiciosa meta ambiental de 2020 (ver página 10).

2. DESARROLLAR PRODUCTOS SOSTENIBLES

Para proporcionar más valor con un menor impacto estamos preparando un mapa de la sostenibilidad de nuestra cartera de productos. Aunque el establecimiento de objetivos y la

innovación impulsarán mejoras. Una de nuestras ambiciones clave es ofrecer envases sostenibles fabricados sólo con materiales renovables. Sustituir las capas de aluminio reducirá de forma significativa la huella de carbono de los cartones asépticos. Nuestro gran desafío técnico es encontrar una barrera de oxígeno alternativa que sea eficaz, esto es esencial para los envases asépticos.

3. AUMENTAR EL RECICLADO

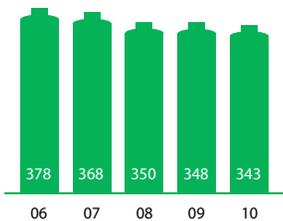
Mejorar el reciclado de los envases usados es especialmente importante. Tenemos un largo historial de cooperación con las comunidades locales para que el reciclado sea una realidad en todo el mundo, y nuestro nuevo objetivo de reciclado (ver página 13) lleva esto a otro nivel. Cumplirlo será un desafío, con un crecimiento continuado y volúmenes en aumento, pero sabemos que podemos conseguirlo aumentando realmente las soluciones innovadoras.

EN 2010 SE ENTREGARON

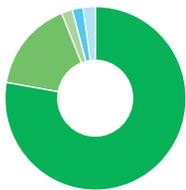
60.000

MILLONES MÁS DE ENVASES QUE EN 2002

EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO EQUIVALENTES AL CO₂ EN LAS OPERACIONES (miles de toneladas)



LAS EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO POR FUNCIÓN, 2010 (%)



- Producción del material de envase, 78%
- Producción de tapones, pajitas y material adicional, 16%
- Producción de equipos de proceso y máquinas de envasado, 2%
- Servicios de soporte, 2%
- Compañías de mercado, 2%

AUMENTAR EL CRECIMIENTO, NO LAS EMISIONES

Nuestro nuevo objetivo de cambio climático significa trabajar con los proveedores y los clientes para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero en 2020 a niveles de 2010 a lo largo de la cadena de valor.

Las buenas noticias: para 2020 esperamos que nuestras ventas crezcan en más de un 60%. Aún mejores noticias: nuestras emisiones de gases de efecto invernadero no superarán los niveles actuales.

Máximo rendimiento

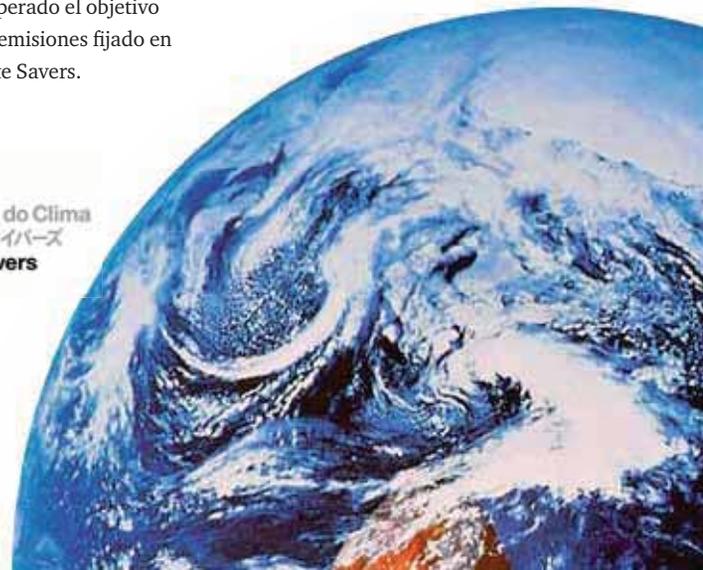
Combatir el cambio climático es algo que nos tomamos muy en serio. Desde 2005 hemos conseguido una reducción absoluta de las emisiones de gases de efecto invernadero de nuestras actividades de un 13% mientras que hemos crecido un 23%. Mediante la aplicación de medidas de eficiencia energética en todas nuestras operaciones y usando el ahorro para comprar electricidad de fuentes renovables aprobada por WWF y con el Certificado de Oro de Energía de Fuentes Renovables, hemos superado el objetivo de reducir un 10% las emisiones fijado en 2005 con WWF Climate Savers.

Perder para ganar

Expertos externos en energía ya están auditando varias nuestras fábricas cada año para destacar las oportunidades de ganar en eficiencia y reducir el consumo. El objetivo son los ahorros energéticos tanto a corto como a largo plazo y compartiremos las lecciones con toda la empresa.

Un objetivo clave es el proceso de convertir el cartón, el aluminio y los polímeros en material de envase puesto que actualmente la producción de material de envase supone un 78% de las emisiones de gases de efecto invernadero de nuestras actividades.

Otro objetivo es controlar el calor en los laminadores, que consumen entre un



DESDE 2005 HEMOS REDUCIDO LAS EMISIONES ABSOLUTAS DE GASES DE EFECTO INVERNADERO EN UN 13%

GESTIONAR Y MEDIR

Usamos el sistema de World Class Manufacturing (WCM) para gestionar todos los aspectos de la producción, incluido el medio ambiente. WCM nos ayuda a reducir los residuos, reducir los impactos

70 y un 80% de la electricidad usada en nuestras fábricas.

Está ya en marcha un análisis previo dirigido a mejorar la eficiencia del motor de accionamiento del laminador en un 15%.

El compromiso es total

Para los clientes el valor es una prioridad, y podemos ayudar a reducir sus emisiones mediante la intensificación de las innovaciones para reducir las emisiones de carbono de los equipos de envasado, procesado de alimentos y llenado (ver página 15). A través de una mejor coordinación y la optimización de los equipos podemos ayudar a que las operaciones de los clientes sean más eficientes.

También estamos trabajando con los proveedores. Los proveedores de nuestros materiales básicos deben informar sobre su huella de carbono y comprometerse con la mejora continua. También existen iniciativas para medir

las emisiones del transporte. Las emisiones de gases de efecto invernadero de los envíos se monitorizan a través de un sistema centralizado, Logistic Control Tower.

Se trata de hacer que todo sume: eficiencia más innovación es igual a crecimiento más menores emisiones.



y minimizar los costes. Por ejemplo, hemos identificado un potencial de ahorro neto del 5 al 7% si se pueden eliminar en nuestras fábricas de material de envase los residuos de los arranques de máquina. Las mejores prácticas para aumentar la eficiencia y disminuir el impacto se recogen de forma centralizada y compartida en todas nuestras fábricas.

Cada planta de producción informa anualmente sobre las medidas ambientales acordadas, como los productos químicos utilizados y el consumo de agua, así como las emisiones y los residuos. Los datos sobre el consumo de energía se recogen trimestralmente.

Para controlar mejor el impacto a lo largo de la cadena de valor estamos comenzando a integrar la información ambiental sobre la producción del equipo, repuestos, logística, viajes y el diseño de edificios en una base de datos coordinada.

Ya hemos establecido la evaluación ambiental como parte del proceso de selección de los proveedores de transporte. El equipo de Tetra Laval de Viajes y Transportes ofrece información sobre el desempeño ambiental de los proveedores de transporte y trabaja con ellos para ayudar a mejorar su rendimiento.

En 2010, 56 de nuestras 63 fábricas han obtenido el certificado ISO 14001. El certificado para las otras plantas y para las nuevas está en curso.

Nuestros informes sobre emisiones son auditadas por Ecofys. Informamos sobre nuestras emisiones a la Cadena de Suministro del Proyecto de Revelación del Carbono para el beneficio de nuestros clientes.

32.000 MILLONES DE ENVASES DE CARTÓN DE TETRA PAK RECICLADOS EN 2010



UN DRAGÓN DE PAPEL

China es conocida por su impresionante crecimiento económico. Ahora, las altas ventas de envases de cartón se están traduciendo en un auge de las tasas de reciclado y también en volúmenes de material reciclado.

Con una limitada regulación local sobre la gestión de residuos, el continuo crecimiento se basa en facilitar la clasificación y la recogida. Por ello estamos construyendo una red más eficaz conectando a los pequeños colectores con empresas de recogida ayudadas por el gobierno, trabajando con las organizaciones no gubernamentales y los clientes para crear conciencia sobre la importancia del reciclado de cartón e invirtiendo en tecnologías que aumentan sus beneficios económicos. ¿El resultado? Las tasas de reciclado de nuestros envases de cartón en China aumentaron de cero en 2002 a casi el 13% en 2010.

Los visitantes de la Expo Shanghai de 2010 experimentaron el ciclo de vida de los envases de cartón de Tetra Pak a través de la recogida en el sitio y una exhibición de productos hechos con cartones reciclados. Patrocinado conjuntamente por la Oficina de Coordinación de la Expo y un periódico local, la campaña atrajo a 728.000 personas y se recogieron más de 10 millones de envases de 250 ml.

Asociándonos con los recicladores locales también estamos apoyando el desarrollo y ensayando un método de separación de las diferentes capas de nuestros envases, lanzado en 2009. Mediante este método el valor de los materiales reciclados se incrementa en casi un tercio.

CERRANDO EL CÍRCULO

Una nueva planta en Barcelona está reutilizando envases de cartón de una forma que es a la vez respetuosa con el medio ambiente y económicamente rentable.

Nuestros envases de cartón se componen de papel con capas de polietileno y aluminio. La nueva planta de reciclado de Stora Enso en Barcelona es la primera planta de Europa que aplica la pirólisis al polilaminado para evaporar la capa de plástico y separar el aluminio. El gas evaporado es un subproducto que se usa para generar electricidad y vapor, logrando un 10% de la energía que la planta necesita, y el aluminio de alta calidad resultante se reutiliza.

La planta recupera la fibra de 60.000 toneladas de envases de cartón usados y recuperará alrededor de 9.000 toneladas de polilaminados anualmente.

Tetra Pak ha contribuido con su experiencia y asistencia técnica y ayudará suministrando material de reciclado.

POCOS RESIDUOS

Duplicar nuestras tasas de reciclado globalmente en 2020 significa invertir en tecnología y en asociaciones con las comunidades locales.

Con los pies en el suelo

Las soluciones más inteligentes para el reciclado de los envases de cartón son parte de la expansión de nuestro negocio y la protección de nuestra marca.

Por razones de seguridad de los alimentos y de rigidez de los envases, los envases de cartón de Tetra Pak están hechos de papel virgen. Después de su uso, ese cartón puede ser reciclado y convertirse en otros productos de papel, como en envases y papel seda, y el revestimiento de plástico y aluminio se puede recuperar para hacer productos compuestos como las tejas, o se convierte en aceites de parafina y aluminio en polvo para uso industrial.

Queremos duplicar la tasa global de reciclado de nuestros envases de cartón de un 20% en 2010 al 40% en 2020. Nuestra experiencia en China prueba que es posible, incluso en mercados en los que falta legislación: las tasas nacionales de reciclado de nuestros envases de cartón pasaron de ser cero en 2002 a casi 13% en 2010.

Un esfuerzo común

Además de diseñar para que sea más reciclable, promovemos el reciclado de varias maneras. Entre estas se incluye invertir en tecnologías que potencian el rendimiento económico y trabajar con socios para sensibilizar a los consumidores y establecer la recogida.

Un desafío clave es promover métodos

de reciclado sostenibles y económicos que reducen los costes de recogida y generan un mayor valor para los productos.

En Europa algunos sistemas de devolución regulados y obligatorios ya están alcanzando tasas de reciclado de un 65%. En China, Vietnam, India y Brasil nos asociamos para desarrollar una infraestructura de reciclado de las comunidades, mejorar la seguridad y encontrar compradores de materias primas para los recogedores de residuos. Como resultado, el número de envases de cartón reciclados en todo el mundo ha aumentado de 10.000 a 32.000 millones en 10 años. Nuestro objetivo mundial de 2020, basado en nuestra tasa estimada de crecimiento, supone duplicar las tasas de reciclado y triplicar el número de envases de cartón reciclado.

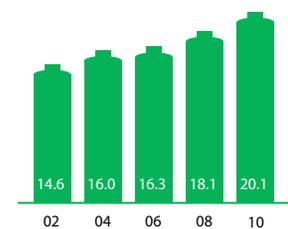
Claramente nuestros directores de los diferentes países son la clave para conseguir este objetivo; encontrar la solución más efectiva para sus respectivos mercados depende de nuestras empresas locales. El fomento del progreso, las tasas de reciclado y los objetivos relativos a los gases de efecto invernadero ahora supone el 8% de la evaluación anual de la actuación de nuestros directores.

SEIS PASOS HACIA TASAS MÁS ALTAS

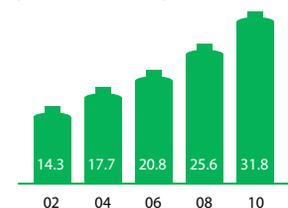
Nuestros esfuerzos para promover el reciclado están diseñados para que repercutan en cada paso del ciclo de vida de nuestros envases de cartón, desde el diseño a la fabricación, uso y recogida.

1. Diseño para el medio ambiente para el reciclado
2. Participar en organizaciones industriales de reciclado
3. Hacer que participen los consumidores
4. Apoyar las tecnologías de reciclado
5. Influir en las políticas públicas
6. Formar alianzas públicas/privadas

TASA GLOBAL DE RECICLADO DE LOS ENVASES DE TETRA PAK (%)



NÚMERO DE ENVASES RECICLADOS DE TETRA PAK (miles de millones)





CORTE POR LA LÍNEA DE PUNTOS

Tetra Evero Aseptic resulta muy práctico para mantener, almacenar, verter y reciclar. En 2012 lanzaremos una nueva versión con una función para separar rápidamente la parte superior de polietileno de la parte inferior de cartón con certificación FSC. Esto es útil cuando el plástico y el cartón se clasifican por separado. También hace que sea más fácil aplastar el envase, ahorrando espacio en la cocina. Durante 2011 estamos ofreciendo a nuestros clientes la opción de plástico renovable (polietileno de alta densidad) para la parte superior.

PENSAR MÁS ALLÁ DEL ENVASE

Desde el día en que el revolucionario envase de cartón de Tetra Pak tomó forma se convirtió en un punto de referencia para la innovación que hoy es parte de nuestro ADN.

Nos centramos en soluciones eficaces para el cliente que tienen una alta funcionalidad, reducen los costes operacionales y minimizan el impacto sobre el medio ambiente. Entre las preocupaciones de los clientes están el uso de la energía, el agua y los

productos químicos así como minimizar los residuos. Impulsando la innovación ambiental y aplicando nuestros conocimientos sobre sostenibilidad, pretendemos diferenciarnos de la competencia y seguir siendo un socio único a largo plazo para nuestros clientes.

DE ESTO ESTÁN HECHOS LOS SUEÑOS

De una plantación de caña de azúcar brasileña a tus labios. Por primera vez en 2011 y como parte de nuestro avance hacia envases plenamente renovables, vamos a producir tapones que contengan plástico hecho con plantas para determinados envases de cartón.

Puesto que nuestros envases son fundamentalmente de cartón, ya son reciclables en un 73%. Añadir tapones de polietileno hecho a partir de plantas hace que lo sean aun más.

Los primeros estudios muestran que la producción de plásticos a base de plantas –desde cultivar la caña de azúcar hasta fabricar el material– tiene una huella de carbono mejor que los plásticos fósiles tradicionales.

La Iniciativa para una Caña de Azúcar Mejor está probando un estándar para una producción de caña de azúcar, administración y procesado responsables y animará a los proveedores de polietileno verde a aplicarlo.

Nuestro objetivo es tener tapones hechos con materias primas renovables en toda nuestra gama de envases. La rapidez del logro del objetivo dependerá de la respuesta de nuestros clientes y de la disponibilidad de plásticos de materiales renovables, que actualmente es limitada.

Los tapones no son el final sino sólo un paso más en el camino hacia nuestro objetivo de ofrecer envases de cartón 100% renovables.



SIMPLIFICAR LA ELABORACIÓN Y ENVASADO DE LOS ALIMENTOS

Mejorar el rendimiento y minimizar los residuos son las principales prioridades de los clientes para controlar los costes y el impacto ambiental. Esto es lo que nuestras innovaciones tienen que ofrecer.

Es una tendencia a largo plazo: nuestro equipo más eficiente energéticamente utiliza menos de un tercio de la energía de las líneas estándares de mediados de los 90 y desde 2000 hemos reducido a la mitad el consumo de agua de la maquinaria de llenado.

UHT en un paso

En 2010 lanzamos la tecnología OneStep para la producción de leche UHT, OneStep combina el tratamiento de calor, separación y estandarización, facilitando a los clientes la reducción el consumo de energía y su huella de carbono alrededor de un 40%. El uso de agua se reduce en un 60% y los vertidos en un 40%, gracias a la reducción de las mermas de producto. Los costes operacionales se han reducido a la mitad comparado con la producción convencional de UHT.

La esterilización produce sus frutos

Con un uso radicalmente diferente de la esterilización podemos reducir el consumo de energía de las líneas de

llenado de nuestros clientes en hasta un 50%. Para lograr esta reducción estamos estudiando tecnologías alternativas que reducirán el uso de productos químicos en el proceso de esterilización.

Recuperación del agua

La recuperación y la reutilización minimizan el consumo de agua. Ofrecemos sistemas cerrados de refrigeración de agua para nuestro equipo de procesado, así como soluciones para recuperar el agua y los componentes valiosos de la leche.

Mezclarlo todo

Nuestra plataforma de automatización Tetra PlantMaster se utiliza en las fábricas de los clientes para controlar y optimizar actividades como el manejo de la receta y la mezcla de zumo y vitaminas. Estamos ampliando su alcance para ayudar a los clientes a administrar su actuación ambiental. En 2010 se lanzó un módulo de informes ambientales que localiza indicadores clave de las actividades ambientales como el consumo de energía y las emisiones de gases de efecto invernadero contra los objetivos de valores, subrayando las áreas que pueden mejorarse.



Pune LIDERA el camino

Diseñar nuevas fábricas para optimizar la eficiencia y minimizar los residuos supone el mayor desafío respecto a la emisión de gases de efecto invernadero en nuestras operaciones: fabricación eficiente de material de envase.

Nuestra planta de 100 millones de euros y tecnología puntera en Chakan, cerca de Pune, India, se abrirá a finales de 2012. Para conservar la energía estamos instalando los aparatos eléctricos más eficientes. Un servicio de administración del edificio con sensores que miden la ocupación monitorizarán y administrarán la calefacción, la ventilación y el aire acondicionado y una innovadora máquina de absorción de vapor capturará el calor de los generadores para aumentar la capacidad de refrigeración. El techo de cristal hará que la luz artificial sea mínima. Combinado con la energía solar, esto reducirá nuestro uso de energía fuera de la fabricación en un 30%.

La eficiencia energética sólo es un aspecto. La recogida del agua de la lluvia y los aparatos para el uso eficiente del agua reducirán el consumo de agua en un 30%. La arquitectura del paisaje contará con más de 2.000 plantas nativas e incluye conservar el 15% del lugar sin alterarlo.

Nuestro objetivo es que la fábrica de Chakan obtenga el certificado Liderazgo del Diseño Energético y Ambiental (Leadership in Energy and Environmental Design, LEED), nivel Oro. LEED es un sistema de valoración y certificación para la construcción verde con reconocimiento internacional.



LOS ÁRBOLES NO DEJAN VER EL BOSQUE

Nuestra actividad principal depende de bosques sanos y participamos en su mantenimiento. Como uno de los mayores compradores de papel del mundo, nuestro poder de compra puede suponer una diferencia en cómo se gestionan los recursos naturales.

GRÁFICO:
LA TRAZABILIDAD DE LOS BOSQUES
(%)



■ Paso 3: FSC CoC
■ Paso 2: PEFC CoC
■ Paso 1: fuentes conocidas y legales

FSC: Forest Stewardship Council; PEFC: Programme for the Endorsement of Forest Certification schemes; CoC: Chain of Custody

SER INTELIGENTES CON EL AGUA

El agua es una preocupación cada vez más importante de la sociedad. La industria del papel es una gran consumidora de agua y es importante en nuestras operaciones con los clientes de la industria de alimentos.

Con ellos estamos explorando sistemas cerrados de procesado de lácteos. A través de la Alianza de Envases de Cartón para Bebidas estamos ayudando a desarrollar una metodología para toda la industria para medir nuestra huella del agua. Tetra Pak tendrá una política sobre el agua a finales de 2011.

Una ventaja natural

Gestionar los bosques de forma responsable es esencial para el bienestar de la sociedad. Los bosques nos dan trabajo, agua limpia, aire fresco y nos ayudan a combatir el cambio climático. Son el hogar de casi el 80% de la biodiversidad de las plantas y los animales terrestres.

También son necesarios para nuestra empresa, para garantizar el suministro futuro de la pasta de papel para nuestros envases de cartón. Cada año se utiliza para fabricar cartón alrededor de un 5% de la producción global de pasta de papel de proveedores en Escandinavia, EEUU, Brasil y Rusia, que a su vez obtienen madera de unos 20 países diferentes.

Unas tres cuartas partes del envase de Tetra Pak son de materia prima renovable. Nuestro objetivo es continuar incrementando este porcentaje hasta conseguir envases totalmente reciclables, por ejemplo, mediante la sustitución de tapones de plásticos fósiles por plásticos renovables.

Un enfoque con dos niveles

Obtenemos materia prima de bosques que se certifican de forma independiente para cumplir con las prácticas de silvicultura responsable y pretendemos que haya una trazabilidad total del cartón a lo largo de la cadena de suministro. Lo hacemos a través de los sistemas de certificación de la gestión forestal FSC y Cadena de Custodia - Chain of Custody (CoC).

En 2010 el 28% del cartón que compramos tenía el certificado FSC. Hemos fijado el objetivo de llegar al 50% en 2012, otro paso más en el camino hacia nuestro objetivo final del 100%.



Además, formamos parte de un compromiso conjunto de la industria de la UE para asegurar que en 2015 los proveedores de todo el mundo tendrán el certificado CoC, y nuestras operaciones mundiales en 2018. A finales de 2010, el 99% de nuestro cartón provenía de dichos proveedores. Respecto a nuestras operaciones, 85 de los 199 mercados y 22 de nuestras 36 fábricas tenían el certificado FSC CoC, a finales de 2010. Para mantener nuestra certificación las plantas fueron auditadas anualmente por certificadores acreditados e independientes y nuestras operaciones fueron auditadas por la Rainforest Alliance.

En la utilización de recursos naturales, nos esforzamos para equilibrar las preocupaciones ambientales, sociales y económicas, estas expectativas aparecen explicadas en nuestras Directrices para la gestión forestal. También reforzamos la administración responsable financiando la formación de los dueños de bosques pequeños sobre la importancia del certificado.

Una administración responsable de los bosques nos beneficia a todos y las generaciones futuras nos lo agradecerán.



EL ETIQUETADO ES IMPORTANTE INFLUIR EN LA GESTIÓN FORESTAL RESPONSABLE

Es importante para nosotros obtener materias primas de forma responsable eligiendo materias primas renovables. Los productos de bosques certificados son un elemento clave para esto.

La certificación FSC es la norma más estricta para la gestión responsable de los bosques mundialmente. Presente en 50 países, cuenta con un amplio respaldo gracias a su sólida metodología y a los procesos de inclusión y de certificación creíble realizada por terceros. Su objetivo: la gestión forestal que respeta el medio ambiente, con beneficios para la sociedad y económicamente viable.

Contribuimos a los diferentes grupos de interés FSC como miembros electos de su Consejo Internacional de Directores, junto con otros ocho representantes de grupos interesados entre los que está WWF.

Nuestro objetivo para los clientes es proveer 16.000 millones de envases con la etiqueta FSC

durante 2011. Esto representa el 10% del total de nuestros envases y casi el doble de los 8.500 millones facilitados en 2010.

Nuestro objetivo a largo plazo es ofrecer a todos nuestros clientes la opción de utilizar el etiquetado FSC. Puesto que los bosques con el certificado FSC representan sólo el 6% de los bosques productores, el mayor obstáculo es la escasez de suministro.

Continuaremos aumentando el suministro animando a los pequeños propietarios de bosques a obtener el certificado y al mismo tiempo estimulando la demanda del mercado alentando a nuestros clientes a llevar la etiqueta FSC.

8.500

**MILLONES
DE ENVASES CON
EL ETIQUETADO FSC
LLEGARON A LOS
CONSUMIDORES
EN 2010**



**A TETRA PAK
LE IMPORTA LA GENTE Y
SUS ESTILOS DE VIDA
LE IMPORTA LA SALUD, EL BIENESTAR
Y LA NUTRICIÓN, LE IMPORTA LA
INVERSIÓN EN NUESTRA GENTE Y
CONSTRUIR UNA FUERTE CADENA
DE VALOR PARA HACER QUE LOS
ALIMENTOS SEAN SEGUROS Y
DISPONIBLES EN CUALQUIER PARTE**



UN MEJOR ACCESO A ALIMENTOS SANOS

Con una preocupación en aumento por la seguridad de los alimentos y el bienestar, la necesidad de soluciones sostenibles para alimentos seguros y sanos nunca ha sido mayor.

Nuevos mercados, nuevos desafíos

Nuestra principal actividad trata de mejorar el acceso a la comida sana para la población creciente del mundo.

En los países emergentes, esto produce nuevos desafíos: cómo establecer una fuerte cadena de valor de los alimentos, llegar a aquellos en la base de la pirámide económica, y asegurar que los alimentos son los apropiados y están disponibles en comunidades lejanas.

Con los clientes y otros socios estamos encontrando soluciones eficientes para hacer realidad el derecho a la alimentación. Nuestra experiencia de Alimentos para el Desarrollo (FfD) puede ayudar a que los alimentos nutritivos estén disponibles para aquellos con rentas bajas. Y en Pakistán, nuestro programa Centros Lácteos está construyendo con éxito una industria láctea local viable (ver página 27).

También trabajamos con los gobiernos para mejorar los estándares de higiene de alimentos y aumentar la conciencia sobre los peligros de la leche cruda por ejemplo, a través de seminarios para mujeres en Egipto. Al mismo tiempo que construimos nuestros negocios, estos esfuerzos aportan a muchos de los Objetivos del Milenio de la ONU (ODM).

El Número Uno es la Salud y la Seguridad

Para todos los consumidores es fundamental saber que los alimentos que compran son seguros y buenos para ellos. El interés en la seguridad está creciendo, haciendo que la transparencia en la cadena de suministro sea un importante indicador de la seguridad y una forma de destacar en el mercado.

Nuestra metodología para la trazabilidad permite a los clientes controlar de forma continuada los productos para garantizar la seguridad y la calidad. En Brasil, Aurora Coopercentral lo aplica a su nuevo producto recién lanzado de leche UHT. Un código único impreso en cada envase y las unidades de distribución permiten a los comerciantes y a los consumidores acceder a la información sobre el origen de un producto a través de un portal de Internet.

Nuestra gente, nuestra comunidad

El desarrollo, la salud y la seguridad de nuestros empleados son igualmente importantes. Cada instalación de Tetra Pak tiene procedimientos para cumplir nuestro compromiso de tener lugares de trabajo seguros. Mantenemos prácticas

laborales seguras, respetamos los derechos humanos y trabajamos con proveedores para asegurar que cumplan con estándares igualmente altos.

Tenemos un papel activo en las comunidades de todo el mundo en las que operamos. Nuestra ayuda en situaciones de emergencia y las actividades de Alimentos para el Desarrollo tratan de compartir lo que hacemos mejor, hacer que los alimentos estén disponibles de forma segura y eficiente donde más se necesita (ver página 24).

LLEGAMOS A

49 MILLONES DE NIÑOS

A TRAVÉS DE LOS PROGRAMAS DE ALIMENTACIÓN ESCOLAR

EL PODER DE LAS ASOCIACIONES

Las asociaciones son la herramienta más útil para un desarrollo económicamente sostenible. Ningún grupo por sí sólo puede resolver problemas como la pobreza y el hambre, pero trabajando con otros estamos marcando la diferencia.

De la vaca al consumidor

En Tetra Pak y en nuestra empresa hermana DeLaval, tenemos un conocimiento profundo y experiencia en toda la cadena de valor láctea: de la vaca al consumidor.

Nuestra Oficina de Alimentos para el Desarrollo aplica su experiencia, en cooperación con otros, para ayudar a desarrollar el sector lácteo de un país, lanzando programas de agricultura y de leche para niños para mejorar la nutrición y fortalecer la cadena de valor de los alimentos.

Crear valor sostenible empieza por satisfacer las necesidades locales. Las asociaciones de Alimentos para el Desarrollo llevan el conocimiento sobre la financiación, la formación, la tecnología y el marketing donde se necesiten.

Los Centros Lácteos de Pakistán, un modelo desarrollado por Tetra Pak

en respuesta a las pasadas crisis de alimentos, muestra cómo crear capacidad para la agricultura, un procesado seguro y eficiente y el desarrollo del mercado son parte de la creación de una cadena de valor láctea viable. La Oficina de Alimentos para el Desarrollo está ayudando al lanzamiento de los Centros Lácteos en Bangladesh; existe interés en otros países en desarrollar y hacer que crezca la producción local de leche.

Alimentando mentes jóvenes

En más de 50 países estamos activamente involucrados en programas de alimentación escolar que conjuntamente benefician a unos 49 millones de niños, más de la mitad en economías en desarrollo. Proveer de leche y alimentos nutritivos a las escuelas mejora la salud y los resultados escolares y mejora los estilos de vida creando demanda de alimentos producidos localmente y de alta calidad.

También estamos explorando nuevos productos no lácteos basados en cosechas locales en Guyana, Colombia y otros países, y trabajando con socios para desarrollar productos enriquecidos para niños con severos problemas de desnutrición.

Además de los clientes y los gobiernos, nuestros socios incluyen las agencias de la ONU, los donantes y organizaciones no gubernamentales incluyendo GAIN, GCNF, INCAP, USAID y WFP.

Viendo la cadena de valor como un todo, estas innovadoras alianzas afrontan los Objetivos del Milenio luchando contra la pobreza y la malnutrición y promueven la educación universal. También fortalecen la seguridad de los alimentos – y eso es bueno para todos nosotros.

- GAIN – Alianza Global para Mejorar la Nutrición
- GCNF – Fundación Global de Nutrición Infantil
- INCAP – Instituto de Nutrición de Centroamérica y Panamá
- USAID – Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional
- WFP – el Programa Mundial de Alimentación de la ONU

LOS PROGRAMAS DE NUTRICIÓN ESCOLAR TIENEN MUCHOS BENEFICIOS

- Promover la asistencia a la escuela
- Mejorar la salud infantil
- Mejorar los resultados académicos
- Apoyar el desarrollo de la agricultura local
- Crear puestos de trabajo a lo largo de la cadena de valor
- Desarrollar el sector privado
- Ayudar a construir mercados comerciales



HAMBRE DE APRENDER

La buena educación comienza con la buena nutrición. En todo el mundo, los programas escolares de alimentación en China, Japón, México, Kenia, Tailandia y Ucrania, por mencionar algunos, están mejorando los resultados escolares. Además de los beneficios de salud y escolares, estos programas son catalizadores del crecimiento económico, la transferencia de tecnología y la creación de empleo. Están creándose nuevos programas piloto desde Bosnia a Uruguay.

Además de la leche, estamos trabajando con los clientes para estimular la demanda de la producción local que se dirige a los grupos locales mediante la creación de innovadoras bebidas a base de fruta, maíz, semillas de soja, arroz, guisantes y mandioca.

Guyana

Maracuyá, zumo de cereza, y galletas están en el menú de 51.000 niños de preescolar y enseñanza primaria gracias al Programa Nacional de Alimentación Escolar del Ministerio de Educación de Guyana y el Banco Mundial de Educación para todas las Iniciativas de Vía Rápida. A lo largo de todo 2010, frutas producidas localmente proporcionaron zumo para 596 colegios, aumentando la asistencia a la escuela, mejorando la nutrición y creando trabajos en los cultivos de frutas. Ayudamos a los clientes locales en la producción de zumos, el envasado y el control de calidad.

Irán

Iniciado en 2001, el programa de leche escolar financiado por el Estado Iraní es uno de los mayores, llegando a más de 13 millones de estudiantes. Durante el año escolar 2010 – 2011 se distribuyeron unas 330 millones de unidades de leche UHT.

Nos hemos asociado con WFP en actividades de educación escolar y en 2009 se inició en 120 escuelas primarias un programa de recogida y reciclado de envases de leche en los colegios de Teherán.

Kenia

Una de las mayores naciones productoras de leche, Kenia, ha tenido iniciativas de leche escolar desde la década de los 70. En 2008 un nuevo programa de leche escolar financiado por los padres, Pacoh, se lanzó a través de una asociación entre nosotros, el Consejo Lácteo de Kenia y la Nueva Cooperativa de Mantequerías de Kenia.



BIENES BLANCOS

En junio de 2009, Engro Foods, en asociación con Tetra Pak Pakistán, creó la comunidad Kasowal del Centro Lácteo de Pakistán como parte del enfoque de la cadena de valor "de la vaca al consumidor".

El tercer mayor productor de leche del mundo, Pakistán, tiene unos 50 millones de vacas y una producción anual de leche de alrededor de 36.000 millones de litros. Los lácteos contribuyen en un 11% al PIB. El rendimiento neto es tradicionalmente bajo, la calidad varía, y las oportunidades para poner en marcha un negocio de granjas lecheras con beneficios son limitadas.

Una manada de cientos

Basado en el concepto de la manada,

la Central Lechera Kasowal une a 800 pequeños granjeros de 20 pueblos en un radio de 15 – 20 Km. La empresa de procesado de leche construyó los puntos de recogida de leche en los pueblos. El énfasis está en la raza, la alimentación, las enfermedades de los animales, y las habilidades de gestión agrícola. El objetivo: la eficiencia de la cadena de valor.

A finales de 2009, Nestlé Pakistán creó tres centros más en Mian Channu, y Haleeb Foods está construyendo otro en Chuchak (Okara). Los resultados son impresionantes. En un año, la Central Lechera Engro vio como aumentaba de los 400 litros a los 8.500 por día. Gracias a las centrales lecheras, la mortalidad animal se redujo, se vacunaron 4.600 animales contra varias enfermedades y unos 27.000 granjeros recibieron formación.

Este éxito fue reconocido en octubre de 2010 en los Premios Asiáticos CSR, donde Tetra Pak Pakistán ganó el Premio a la Excelencia de la categoría Lucha Contra la Pobreza. Se están creando más centros a lo largo de Pakistán.

Ampliación

Nuestra Oficina de Alimentos para el Desarrollo apoya la exportación del modelo a otros países y se dirige a posibles donantes para la asistencia técnica para formar a los empleados de los centros lácteos.

El concepto ya se ha adoptado en Bangladesh, donde la primera central lechera vio cómo aumentaba la recogida de leche de 6.000 a 17.000 litros diarios. El objetivo es tener 60 centrales lecheras funcionando en 2020.

AGENTES DEL CAMBIO

100.000
DÍAS DEDICADOS
A LA
FORMACIÓN
DE LOS
EMPLEADOS

Invertimos en crear equipos flexibles, innovadores y motivados. Esto nos ayuda a mantenernos a la vanguardia de las necesidades del cliente en un entorno empresarial rápido.

Lo más importante: las personas

Crear una cultura de cambio, responsabilidad individual y aumentar el listón de rendimiento nos ayudará a conseguir nuestra estrategia de 2020. Invertir en nuestra gente es fundamental.

Se destinan unos 100.000 días anuales a la formación de los empleados, una media de 4.5 días por persona. Hemos trazado un perfil de competencias para cada puesto de trabajo respecto a su papel en la consecución de nuestra estrategia, apoyado por los catálogos de aprendizaje de capacitación formal e informal.

Nos centramos en áreas multifuncionales de toda la empresa tales como entender al cliente, la calidad, el liderazgo y la gestión de proyectos. También queremos que los empleados comprendan mejor nuestro impacto en el medio ambiente para que las personas puedan llevar a cabo la estrategia ambiental.

Para estar más cerca de los clientes y de cada función, gran parte de nuestra organización está descentralizada y la formación más competente se lleva a cabo a nivel regional, como la gestión de las relaciones en el trabajo y la salud y la seguridad.

Darwin tenía razón

Dar respuesta al cambio nos prepara mejor para los desafíos futuros. Para poner en marcha las capacidades de gestión del cambio en 2010, 100 directivos que representan las diferentes regiones y funciones participaron en un programa de entrenamiento. Estos graduados ahora utilizan una metodología para toda la empresa, herramientas y talleres para apoyar de forma eficiente las iniciativas de cambio de sus respectivas organizaciones de mercado.

Muchas voces, valores compartidos

Como empresa estamos descentralizados pero nuestros 21.800 empleados están unidos por fuertes valores fundamentales,

WORLD CLASS

Los empleados son nuestro activo más importante. Nuestra encuesta de Implicación de los Empleados califica la experiencia de trabajar en Tetra Pak en 10 dimensiones incluyendo diversidad, liderazgo y compromiso.

Desde 2008 muchas empresas de la industria de fabricación del mundo han tomado como referencia nuestra encuesta anual. Los resultados muestran que hemos superado la mejor práctica de la industria y las

tasas de respuestas a la encuesta fueron superiores al 92% en 2010.

Más del 90% de las reacciones fueron positivas. Una mayoría ven a Tetra Pak como una empresa que respeta el medio ambiente, que supera la cota de referencia de la industria en un 8%.

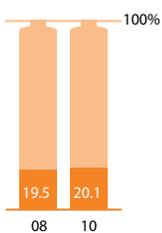
Basándose en estas reacciones, los planes de acción global y local se dirigen a áreas que se pueden mejorar. Entre ellas están la necesidad de trabajar mejor en equipo y las relaciones en el trabajo.

indicadores compartidos de rendimiento, un proceso global y un enfoque común del liderazgo. Prácticamente todos los empleados tienen un desempeño y planes de desarrollo, y su rendimiento se mide a través de un proceso de revisión de toda la compañía. Los objetivos y los planes de desarrollo se definen conjuntamente entre cada empleado y su jefe y se conectan en cascada hacia abajo desde los cuadros de mando de la compañía. Los incentivos financieros se ofrecen para alcanzar ciertas metas, incluyendo objetivos ambientales como el reciclado.

Promovemos un enfoque inclusivo y valoramos la perspectiva de los empleados. Nuestra encuesta anual de compromiso de los empleados (véase el recuadro) da forma a nuestra manera de trabajar.

Junto con muchas empresas de fabricación, nos enfrentamos al reto de una diversidad cada vez mayor. En 2010, el 6,7% de los altos directivos eran mujeres y el 22% eran de origen no europeo. Los procesos de gestión de desarrollo están diseñados para aumentar esto aún más.

DISTRIBUCIÓN DE LA GERENCIA,
(%)



■ Gerentes femeninos



RED DE SEGURIDAD

Todas las instalaciones de Tetra Pak cuentan con procedimientos para cumplir con nuestro compromiso de crear lugares de trabajo seguros. Nuestro enfoque se basa en las leyes locales y las diferentes características de cada operación comercial. Por ejemplo, las fábricas se centran especialmente en la ergonomía, el ruido y los riesgos relacionados con el manejo de maquinaria, mientras que las iniciativas de Salud y Seguridad Ocupacional en las oficinas y en las fábricas se dirigen al bienestar y los riesgos relacionados con la ergonomía y el estrés.

EDAD DEL EMPLEADO

(%)	2008	2010
Menos de 30	19.7	16.8
31-40	34.6	37.8
41-50	28.7	29.0
51-60	14.9	14.3
Más de 61	2.2	2.1

ESTAR ALLÍ DONDE ES IMPORTANTE

Con los sistemas de logística y las asociaciones en marcha, tenemos una importante contribución que hacer cuando las comunidades más lo necesitan.

Preservar la vida

En emergencias, cuando la infraestructura falla y a la gente se le corta el acceso a las necesidades básicas, la medicina, los alimentos y el agua son una prioridad. Los suministros seguros que no necesitan refrigeración son esenciales.

Con operaciones en cada esquina del mundo, es muy probable que o bien nosotros o nuestros socios nos encontremos cerca de la escena, con la logística y las provisiones listas para responder rápidamente. Gracias al Consejo Tetra Laval tenemos una tradición de facilitar la distribución de envases de cartón de agua y alimentos en emergencias.

En los últimos dos años hemos apoyado a las víctimas de los devastadores terremotos de Haití y Japón, y las inundaciones de Pakistán y Brasil.

Las principales fortalezas

Tres cosas pueden ayudarnos a marcar la diferencia:

1. Desde hace mucho tiempo tenemos un compromiso con las comunidades locales en las que operamos. La financiación está localizada en el nivel ejecutivo pero el apoyo se organiza sobre el terreno. El Consejo Tetra Laval decide y facilita apoyo rápida y efectivamente en situaciones de desastre.
2. La experiencia que los programas de Alimentos para el Desarrollo han generado nos da una visión desde el interior de la ayuda logística y las asociaciones que existen con las ONGs locales. En Pakistán y en Haití, por ejemplo, Alimentos para el Desarrollo

ya había establecido su presencia cuando golpeó la crisis.

3. Fuertes relaciones con los clientes y otros grupos de la cadena de valor. En muchos casos, como en Brasil, Haití y Japón se combinaron los recursos para multiplicar el impacto.

Crear una comunidad

Primero buscamos en nuestra propia cadena de valor para proporcionar donaciones en especie. Cuando la necesidad va más allá de suministrar alimentos seguros y agua, ayudamos a reconstruir la infraestructura, tales como colegios y hospitales. Las características de cada compromiso depende de la situación, lo que es necesario, cuál es la mejor forma de suministrarlo, y los socios adecuados con los que trabajar.

LA LECHE Y LA GENEROSIDAD HUMANA

Cuando el 12 de enero de 2010 el terremoto azotó Puerto Príncipe, Haití, miles de personas perdieron sus vidas y más de 1,5 millones se quedaron sin casas. Tres días después del terremoto, el Consejo Tetra Laval destinó 350.000 euros en ayuda de emergencia. Los fondos se utilizaron para producir 3,4 millones de raciones de leche disponible para los niños en los colegios y las comunidades. Fuimos capaces de poner en marcha rápidamente nuestra respuesta porque ya teníamos una presencia local a través de la participación en la Oficina de Alimentos para el Desarrollo en el programa de leche en la escuela financiado por el Banco Mundial y lanzado en 2008.

El productor de lácteos de Haití VIVA SA, nuestro cliente y socio en el suministro de leche para niños en los colegios, y otros clientes en la región - Parmalat, Rica, Alpina y Rudisa – fueron clave para el suministro de leche, distribuida a través de ONGs locales.

Feed The Children (FTC) era una de esas ONGs. La organización caritativa situada en EEUU suministró 153 camiones de alimentos y otros bienes básicos, y creó clínicas de leche en las áreas más necesitadas. Nuestras donaciones ayudaron a FTC a suministrar 17.500 envases de leche y crear nueve lugares de distribución destinados a 12.000 niños.

El programa de leche en la escuela continuará en Puerto Príncipe, suministrando no sólo alimentos básicos a 43.000 niños en 2011 sino también ofreciéndoles un incentivo para ir al colegio.



EL HOGAR ESTÁ DONDE ESTÁ TU CORAZÓN

En 2008 una serie de la televisión nacional tailandesa describió los esfuerzos de cuatro actrices populares para promocionar el reciclado. Apoyado por Tetra Pak, el programa Salvar el Planeta Jaew alentaba a los consumidores a dejar los envases de cartón usados en los puntos de venta locales y en sólo seis meses se reciclaron más de 21 millones de envases de cartón.

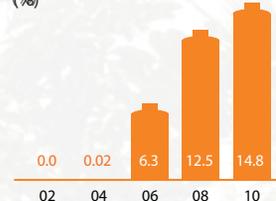
Este éxito nos inspiró a asociarnos con la Fundación Princesa Pa, la Cruz Roja Tailandesa y el Big C Supercenter, unos de los mayores distribuidores del país, para suministrar tejas a personas necesitadas.

Bajo el proyecto Tejado Verde, los envases usados de cartón que se dejan en las tiendas Big C se transforman en revestimiento para tejados (polilaminado) y productos de papel. Tetra Pak financia esta transformación e impulsa la campaña de 750.000 euros cada tres años a través de varios canales.

De acuerdo con las tradiciones tailandesas de generosidad y el Nam Jai o el "flujo del corazón" la respuesta ha sido sobrecogedora. En 2010, se transformaron 7,2 millones de envases de cartón en 3.600 revestimientos para tejados. Se espera que en 2011 este número casi se triplique hasta los 10.000 revestimientos para gentes cuyas casas habían sido dañadas o destruidas por desastres naturales. Por estos esfuerzos se ha otorgado a Tetra Pak el Premio del Liderazgo Verde de los Premios de El Espíritu Empresarial Responsable Asiático del Sudeste Asiático de 2011 por el comité de expertos Empresa de Asia.



TASA DE CRECIMIENTO DEL RECICLADO EN TAILANDIA (%)



COLEGIOS MÁS LIMPIOS



Uno de los institutos de medio ambiente más respetados de la India, TERI (Instituto de Energía y Recursos) se unió con Tetra Pak en una campaña para educar a los niños de los colegios y a los profesores sobre la importancia de reciclar. Para el 2011, el Proyecto SEARCH (Sensibilizar, Educar, Conciencia sobre el Reciclado para una Hábitat más Limpio) se ha dirigido a 160 colegios en Delhi, Bangalore, Mumbai y Chandigarh, movilizando a 120.000 estudiantes.

Para conseguir que cada colegio sea una "zona libre de basuras", se han creado centros de recogida para los residuos secos, materiales reciclables y envases de cartón usados de Tetra Pak. En un periodo de 18 meses se ha recogido el equivalente a 50.000 envases de cartón y 4.000 kg de otros residuos secos para su reciclado.

El proyecto SEARCH se está extendiendo a 200 colegios y 200.000 niños en India y Dhaka, Bangladesh. Tetra Pak y su socio Daman Ganga Recycled Resources recibieron el Premio de Liderazgo Sostenible Parivatan de 2011 por su fuerte liderazgo en el reciclado desde el India Carbon Outlook. Parivartan es el primer forum de desarrollo de mercados de la India sobre sostenibilidad e innovación.



**EN TETRA PAK UN BUEN
GOBIERNO SIGNIFICA
UN BUEN NEGOCIO,
UNA BASE FUERTE DE
VALORES COMPARTIDOS, UN PROCESO
FIRME SOBRE EL RIESGO Y LA
CONFORMIDAD CON LA LEY VIGENTE Y
EL RESPETO POR LOS INTERESES
DE LOS DEMÁS.**

VIVIR NUESTROS VALORES

Nuestra cultura de empresa se basa en los fuertes valores corporativos que compartimos. Comportarse de un modo ético es uno de ellos. Es lo que se debe hacer. Un buen gobierno con los proveedores, clientes, consumidores y con la sociedad en su conjunto.

Hacer lo correcto

Todo lo que hacemos, desde desarrollar la estrategia, a la toma de decisiones y a cómo operamos y actuamos, está influido por nuestro Marco de Gobierno Corporativo.

Los elementos clave incluyen nuestro Cuadro de Responsabilidades, Políticas de Grupo y Procesos, Valores Fundamentales, Código de Conducta en los Negocios, y las actividades de Gestión del Riesgo y Seguros. Nuestro Equipo de Liderazgo Global es el responsable del marco, ayudado por la Oficina de Gobierno Corporativo y una red de gobierno local, responsables del riesgo y la conformidad con la legislación.

Grandes expectativas

Nuestro Código de Conducta Empresarial establece nuestro modelo de actuar en todo el mundo. Éste cubre las condiciones laborales, antidiscriminación,

confidencialidad, conflictos de interés, informes financieros, cumplir las leyes, anticorrupción, sobornos, explotación infantil y los problemas ambientales. También apoyamos los 10 principios del Pacto Mundial de la ONU sobre derechos humanos, trabajo, medio ambiente y anticorrupción.

Trabajamos de cerca con los proveedores para defender los altos estándares a través de nuestro Código de Conducta en los Negocios para Proveedores.

Revisión

La responsabilidad es una prioridad para nosotros. Cada año, nuestro Director y el Equipo Global de Liderazgo presentan una Declaración sobre la Gestión firmada al Consejo Tetra Laval, asegurando el cumplimiento del Marco de Gobierno Corporativo. Este se basa en detallados informes y autoevaluaciones de todas

las cabezas de los mercados y áreas de mercado.

El equipo interno de auditoría de Tetra Laval verifica que en todo el Grupo se sigue el marco, las políticas y los procesos y se informa a un comité auditor a nivel del consejo.

En 2010 nuestras fábricas de material de envase y tapones también empezaron a informar al Proveedor para el Intercambio de Datos Éticos (Sedex), una iniciativa para promover las prácticas comerciales responsables en la cadena de proveedores (ver página 30).

INVERTIR EN COMPROMISO

Inculcamos vida en nuestros valores fundamentales gracias a involucrar de forma activa a los empleados en comprender hacia dónde vamos y por qué.

¡ViVE Tetra Pak!

Nuestros valores fundamentales se cimentan sobre nuestra herencia y dan forma a nuestro futuro. En Tetra Pak, creemos que depende de cada uno de nosotros ser un modelo en la aplicación de los valores en todo lo que hacemos cada día.

Para mantenernos los 21.800 juntos como un equipo y reafirmar lo que nuestra empresa defiende, durante 2009 – 2010 llevamos a cabo un gran programa de comunicación interna: ¡ViVE Tetra Pak!. El objetivo: involucrar a los corazones y las mentes de toda la organización en nuestra estrategia, nuestros valores y nuestra marca.

Utilizamos eventos, películas y diferentes actividades interactivas para estimular el debate, lanzar discusiones y subrayar los problemas que nos afectaban en nuestras actividades diarias.

Un entendimiento compartido

Otra forma de ayudarnos a vivir nuestros valores es hacer que nuestro Marco de Gobierno Corporativo esté disponible en la Intranet y en los programas de formación para los empleados clave.

Compartimos las mejores prácticas y trabajamos continuamente en mejorar nuestro marco de gobierno. En 2010 se lanzaron con éxito los programas de formación en gestión de Gobierno Corporativo y nuestras empresas de mercado los completarán este 2011. También se introducirá un programa de aprendizaje on-line interactivo para toda la empresa. Todo esto ayuda a nuestros líderes a representar nuestros Valores Corporativos.

NUESTROS VALORES CORPORATIVOS

Los valores que compartimos refuerzan nuestro rendimiento. Guían cómo trabajamos juntos, cómo conducimos el negocio, y cómo nos comportamos con nuestros clientes, proveedores y grupos de interés.

ENFOQUE EN EL CLIENTE Y PERSPECTIVA A LARGO PLAZO

- añadir valor e inspirar a nuestros clientes
- liderar con un enfoque a largo plazo
- aprovechar las oportunidades para aprender y crecer

CALIDAD E INNOVACIÓN

- nunca renunciar a la calidad
- impulsar soluciones mejores que se ajusten a los objetivos
- fomentar innovaciones radicales

LIBERTAD Y RESPONSABILIDAD

- tomar la iniciativa y actuar en interés de nuestra empresa y de los clientes
- asumir la responsabilidad de nuestras acciones
- contribuir en las comunidades en las que operamos

COLABORACIÓN Y DIVERSIÓN

- respetar y confiar el uno en el otro para obtener resultados excepcionales
- trabajar con nuestras partes interesadas
- celebrar nuestros logros



VOLVER A LAS BASES

Trabajamos de cerca con proveedores clave para mantener altos estándares y aumentar el valor del negocio.

Unos pocos selectos

La mayoría de nuestras materias primas (cartón, polietileno, aluminio y tinta) provienen de proveedores globales cuidadosamente seleccionados. Les vemos como unos socios estratégicos clave para llegar a nuestras metas, por ejemplo la certificación Forest Stewardship –Council™ (FSC™), la adquisición responsable de aluminio y el cambio climático.

Estas 40 empresas proveen casi el 95% del volumen de nuestras compras de materiales básicos, suponiendo el total de nuestro gastos de compra y alrededor del 40% del impacto de nuestro material de envase en el medio ambiente a lo largo de su vida.

Es una gran oportunidad para el abastecimiento responsable. Cada año se evalúan las operaciones de los proveedores y el desempeño ambiental, incluyendo las emisiones de gases de efecto invernadero, y se ajustan los objetivos y los parámetros en línea con nuestras prioridades estratégicas. En 2011 los criterios ambientales representaron alrededor de un 10% de la evaluación y esta proporción va en aumento.

El abastecimiento responsable mejora la gestión del riesgo y el rendimiento. También es un estupendo vehículo para el

aprendizaje compartido que a su vez trae mejoras e innovación.

Nuevos desafíos, un nuevo código

Existen desafíos. El crecimiento de los países emergentes y una creciente base de proveedores crean complejidad, incluyendo diferentes estándares y niveles de aplicación de las leyes laborales y de protección ambiental.

Desde 2011 todos los proveedores deben firmar el Código de Conducta en el Negocio para Proveedores, comprometiéndose a un alto rendimiento en el trabajo, derechos humanos y medio ambiente, tal y como aparecen definidos en el Pacto Mundial de la ONU. No cumplir con los criterios podría significar perder el negocio con nosotros.

Esperamos de nuestros proveedores de papel que mantengan sistemas de gestión, suministro de datos y certifiquen las operaciones con reconocidos estándares como el FSC. La gestión de los bosques y la trazabilidad se auditan de media de dos a cuatro proveedores por año.

En una cadena de valor integrada, los clientes y los proveedores deben trabajar de cerca para reducir el impacto de punta a punta. Creemos que estas fuertes relaciones sentarán las mejores bases para crear un valor de negocio sostenible.



EXCELENCIA EN LA CADENA DE SUMINISTRO

En 2010 Tetra Pak como proveedor se unió al Proveedor para el Intercambio de Datos Éticos (Sedex) Todas nuestras fábricas de material de envase y de tapones informan al sistema Sedex.

Sedex ayuda a sus miembros a intercambiar los datos de comportamiento ético entre los clientes y los proveedores. El objetivo es unir los estándares sociales y éticos de la cadena de suministro.

Sedex es un sistema seguro basado en una web para medir y aportar prácticas responsables de negocio. Se basa en cuatro pilares: Estándares de Condiciones de Trabajo, Salud y Seguridad, Medio Ambiente e Integridad en los Negocios.

Facilita a los miembros la gestión de prácticas éticas en una cadena global de suministro más eficiente, promoviendo una gran transparencia a través del intercambio de datos fácil de usar. Los formatos de guía común y para informar, facilitados por la Auditoría de Intercambio Ético de Miembros de Sedex, aumentan también la comparabilidad y facilidad de uso.

Nuestra meta es crear confianza y transparencia con nuestros clientes, comprobar que nuestra "casa está en orden" y minimizar los riesgos. Sedex proporciona eficiencia para los clientes ofreciéndoles una plataforma común para auditar, informar y corregir acciones en toda la cadena de valor.

LA ÉTICA EN PRÁCTICA EN LOS NEGOCIOS

Las medidas contra la corrupción son un elemento importante de nuestro gobierno corporativo y el marco de integridad. Es fundamental para crear confianza con los clientes, proveedores y otros grupos de interés y tener una cultura de negocio responsable y transparente.

La lucha contra la corrupción es una piedra angular del Pacto Mundial de la ONU. Su décimo principio es "los negocios deberían trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno".

El poder del no

El Código de Conducta en los Negocios de Tetra Pak establece claramente nuestras expectativas sobre el comportamiento ético. Además de los requisitos de confidencialidad y de conflicto de intereses, especifica que tenemos tolerancia cero con la corrupción, el soborno y el fraude.

No ofreceremos, pagaremos, solicitaremos o aceptaremos un soborno. Sobornar consiste en dar, prometer y ofrecer regalos, préstamos, honorarios, recompensas y ventajas a una persona para inducirle a hacer algo deshonesto o ilegal.

Denunciar

La información sobre una infracción del Marco de Gobierno Corporativo o de un comportamiento serio e inapropiado puede comunicarse en confidencia al director senior. Todos los incidentes comunicados se investigan hasta el nivel determinado por el Presidente del Grupo de Auditoría Principal.

En 2011 se creará una herramienta de aprendizaje on-line basado en una web contra la corrupción para mejorar la conciencia sobre estos temas en Tetra Pak.

PARTE DEL PACTO MUNDIAL DE LA ONU DESDE 2004



CÓMO INFORMAMOS

Cada año en Tetra Pak informamos sobre cómo influimos en los problemas de sostenibilidad más importantes para nuestro negocio y dónde podemos tener un mayor impacto.

Comunicamos nuestro progreso en la sostenibilidad cada año y publicamos un informe con un enfoque estratégico en profundidad cada dos años. Este informe impreso y la página web asociada cubren nuestros objetivos estratégicos, cómo gestionamos nuestras responsabilidades y captamos proveedores, clientes, consumidores y otras organizaciones en nuestras metas.

Lo más importante

Elegimos los temas de este informe para reflejar los aspectos más importantes, o materiales, para nuestro negocio. Para determinarlos planificamos cómo nuestra empresa y los grupos de interés califican la importancia de los problemas de sostenibilidad en 2010. Usando documentos de estrategia interna, encuestas sobre el compromiso de los clientes y consumidores, evaluaciones del ciclo de vida del producto, análisis de las tendencias, estudios académicos y la información de los medios, contrastamos la información con el impacto en nuestro negocio y la reputación.

Las versiones impresas y en pdf de este informe de 2011 proporcionan un documento de alto nivel que esboza nuestras prioridades y nuestro enfoque. También está disponible una versión web con ejemplos más detallados y medios interactivos que explican cómo gestionamos nuestro impacto.

La comunicación está en curso

Este informe también explica cómo promovemos los 10 principios del Pacto Mundial de la ONU sobre el rendimiento ambiental, las condiciones de trabajo y los derechos humanos, la lucha contra la corrupción, y cómo apoyamos directamente seis de los ocho Objetivos de Desarrollo del Milenio de la ONU. Junto con nuestra página web, este informe forma parte de nuestra Comunicación En Curso 2011 y se presenta al Pacto Mundial para mostrar cómo estamos integrando nuestro compromiso en nuestra estrategia de negocio y operaciones diarias. Esta actualización cumple con los criterios del Pacto Mundial.

Siempre que ha sido posible las áreas clave de divulgación y rendimiento ambiental se han obtenido del marco de la Iniciativa Global de Informes (GRI) para informes de sostenibilidad. Un índice GRI está disponible en nuestra página web.

Alcance

Hemos informado sobre nuestro rendimiento ambiental desde 1999. Nuestro informe sobre la sostenibilidad se publicó en 2009 y nuestra última Comunicación en Curso se presentó al Pacto Mundial en julio de 2010.

Salvo que se indique lo contrario, el informe de 2011 cubre las actividades seleccionadas por nuestros 21.800 empleados, en todas nuestras operaciones

globales y en toda la cadena de valor, desde 2009 a diciembre de 2010. Éstas se han podido presentar porque hemos hecho una importante inversión, o un impacto, en la actividad.

Tetra Pak es miembro del Grupo Tetra Laval y algunas áreas de compromiso, tales como los desastres naturales, se coordinan a través de Tetra Laval. Tetra Pak representa aproximadamente un 80% de las operaciones de Tetra Laval.

AGENDA COMPARTIDA

Construir relaciones fuertes siempre ha sido un aspecto importante de nuestra forma de hacer negocios. También es un distintivo de nuestro enfoque sobre la sostenibilidad.

Uniéndolos nuestros esfuerzos con las personas y las organizaciones que comparten nuestros objetivos hacemos que el impacto sobre la sociedad sea mucho mayor. Involucramos de forma activa en el cumplimiento de nuestras metas a nuestros proveedores y sub-proveedores, empleados, clientes, comerciantes, consumidores, gobiernos y organizaciones no gubernamentales, líderes de opinión y otros miembros de nuestra industria.

Su perspectiva mejora nuestro rendimiento ayudándonos a entender mejor nuestros mercados, hacer frente a preocupaciones mayores y desarrollar estrategias más resistentes. Para más información sobre nuestras relaciones con los grupos de interés visite nuestro informe on-line.

ASOCIACIONES

La elección de nuestros socios se basa en nuestra habilidad combinada para marcar la diferencia en las comunidades y aspectos importantes para nuestro negocio.

Estas son algunas de las organizaciones clave con las que trabajamos para conseguir nuestros objetivos:

WWF

Hemos trabajado con WWF desde 2006 en los problemas en los que tenemos una agenda común, una gestión forestal responsable y el cambio climático. Tetra Pak es miembro de dos iniciativas dirigidas a diversos grupos de interés de WWF, el Global Forest & Trade Network (GFTN) y Climate Savers. www.wwf.org

Forestry Stewardship Council™ (FSC™)

Con presencia en 50 países, una fuerte metodología y soporte para diversos grupos de interés, FSC actualmente es el programa de certificación que mejor satisface el criterio de gestión sostenible de los bosques a escala global. Tetra Pak es miembro del Consejo de Directores.

www.fsc.org

World Resources Institute (WRI)

El WRI es un centro de estudios ambientales respetado y somos miembros de su Grupo de Consulta Corporativa.

www.wri.org

El Foro de Bienes para Consumidores

El Foro de Bienes para Consumidores es una plataforma mundial dirigida a diversos grupos de interés que compromete a nuestros clientes, comerciantes y colegas de la industria. Se centra en cinco áreas prioritarias que incluyen la sostenibilidad, la salud y seguridad y el desarrollo de recursos humanos. www.ciesnet.com

Pacto Mundial de la ONU

El Pacto Mundial une a las organizaciones que lo firman para promover sus 10 principios. Tetra Pak también colabora en un amplio número de objetivos de la ONU, incluyendo los Objetivos de Desarrollo del Milenio. www.unglobalcompact.org

GAIN – Alianza Global para Mejorar la Nutrición

Tetra Pak, como socio, apoya las actividades de GAIN para reducir la malnutrición proporcionando alimentos a la población en riesgo. www.gainhealth.org

GCNF – Fundación Mundial de Nutrición Infantil

La misión de GCNF es extender las oportunidades de aprendizaje de los niños a través de los programas de nutrición de las comunidades. Un representante de Tetra Pak es miembro del consejo de GNCF desde 2008. www.gcnf.org

INFORME ON-LINE

Visite nuestro informe on-line para ver el material interactivo, los casos y más información sobre cómo gestionamos nuestros principales impactos.

www.tetrapak.com/SU2011



CONTACTO:

E-mail: SU2011@tetrapak.com
www.facebook.com/tetrapak

TETRA PAK Y LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO DEL MILENIO DE LAS NACIONES UNIDAS

2015 es la fecha límite para alcanzar los "Objetivos de Desarrollo del Milenio" de la Naciones Unidas. Estamos ayudando directamente a lograr seis de ellos.



ERRADICAR LA POBREZA EXTREMA Y EL HAMBRE

Los programas de Alimentos para el Desarrollo ("Food for Development, FfD), la nutrición en los colegios, los Centros Lácteos, y la ayuda extraordinaria en situaciones de emergencia se enfrentan al hambre y crean oportunidades de empleo y de ingresos en la base de la pirámide económica.



LOGRAR LA ENSEÑANZA PRIMARIA UNIVERSAL

Los programas de alimentación escolar hacen que sea más fácil terminar un curso completo de educación primaria a niños de todo el mundo.



PROMOVER LA IGUALDAD DE GÉNEROS Y EMPODERAR A LAS MUJERES

La alimentación en los colegios facilita la asistencia de las niñas. Los Centros Lácteos empoderan a las mujeres ganaderas.



COMBATIR EL VIH/SIDA, EL PALUDISMO Y OTRAS ENFERMEDADES

Estamos haciendo frente al VIH/SIDA entre nuestros empleados, en las comunidades y a lo largo de la cadena de suministro en Sudáfrica, Kenia y Nigeria a través del Programa Sueco VIH/SIDA en el Lugar de Trabajo (Swedish Workplace HIV/AIDS Programme)



GARANTIZAR LA SOSTENIBILIDAD DEL MEDIO AMBIENTE

Tetra Pak está impulsando la excelencia del medio ambiente a lo largo de la cadena de valor y fija objetivos ambiciosos para estimular el abastecimiento sostenible y la innovación, combatir el cambio climático y aumentar el reciclado.



FOMENTAR UNA ASOCIACIÓN MUNDIAL PARA EL DESARROLLO

Nuestro modelo integrado de cadena de valor de alimentos para el desarrollo fortalece el sector privado, impulsa el desarrollo agrícola y aumenta la capacidad local. Nuestras actividades para llegar al 100% de cartón certificado por el Forest Stewardship Council™ apoyan el aumento de las prácticas sostenibles de gestión forestal.



Tetra Pak y PROTEGE LO BUENO™ son marcas que pertenecen al Grupo Tetra Pak. www.tetrapak.com

 Tetra Pak

