



Buenos Aires, marzo 14 de 2012

Sr. Ban Ki-moon

Secretary General

United Nations

New York, NY 10017

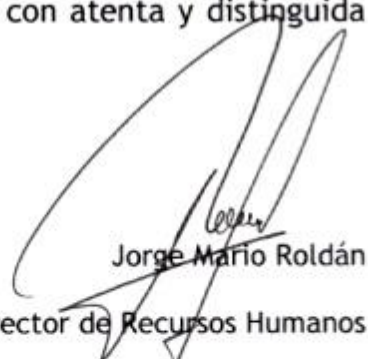
USA

Estimado Señor Secretario General,

Como miembro del Pacto Global de las Naciones Unidas me dirijo a usted con el fin de adjuntar la Comunicación del Progreso 2011, en la cual se informa el modo en el que se han desarrollado las actividades en la Compañía según los 10 Principios que dicha iniciativa promueve.

Es nuestra intención renovar nuestro compromiso de adhesión y continuar trabajando en el cumplimiento de los valores que transmite el Pacto Global colaborando con su difusión a través de nuestra actividad diaria.

Esperando haber cumplido en tiempo y forma con los requisitos establecidos por el Pacto Global, saludamos al Señor Secretario General con atenta y distinguida consideración.



Jorge Mario Roldán
Director de Recursos Humanos
MASTELLONE HNOS. S.A.

Contacto representativo de la Compañía

Descripción breve de la naturaleza de la empresa
<p>Mastellone Hnos. es una compañía nacional con más de 80 años de rica historia ligada al desarrollo del país y al crecimiento de su gente. Una empresa familiar, líder en la elaboración y comercialización de productos lácteos que se distinguen por su calidad.</p> <p>Dispone de una participación en el mercado interno en torno al 67% para el caso de las leches fluidas -su principal producto -, el 47% en promedio del mercado de manteca, 48% en crema y un 49% en dulce de leche.</p> <p>Cuenta con un Complejo Industrial, ubicado en la localidad de General Rodríguez, provincia de Buenos Aires, de aproximadamente 110.000 metros cuadrados (considerando todos los niveles cubiertos), en un predio de 33 hectáreas, donde procesa diariamente alrededor de 4 millones de litros de leche cruda. Además, posee cinco unidades productivas queseras en las localidades de Villa Mercedes (provincia de San Luis); Canals (provincia de Córdoba) y Tandil, Leubucó y Trenque Láuquen (provincia de Buenos Aires). La última mencionada es dentro de su tipo, la más grande y moderna de América latina.</p> <p>Una característica distintiva del resto de las industrias lácteas, son sus otras siete plantas de pre-recibo, distribuidas en las provincias de Buenos Aires, Córdoba y Santa Fe, donde se clasifica la materia prima que diariamente recibe de más de 1.300 tambos. Mastellone Hnos., es la única empresa láctea en el país con capacidad de realizar el análisis diario de la leche que ingresa a sus plantas elaboradoras, asegurando así la calidad del 100% de la materia prima que procesa. Estas plantas clasificadoras de leche, cuentan con laboratorios que analizan la leche ingresada, permitiendo seleccionarla según su calidad higiénica y su composición, para luego remitirla a las distintas plantas y/o distintas líneas de producción, dejando documentado cada tramo del camino que recorre el producto. De este modo, se asegura el control, la trazabilidad y la calidad final de los productos elaborados.</p> <p>Otro aspecto que la distingue del resto de las empresas lácteas, consiste en ser la única que permite verificar que el nivel de calidad de la leche continua intacto en el instante previo a la pasteurización. De esta forma, se asegura que sólo aquella leche con menos de 50.000 bacterias por mililitro al inicio de la pasteurización sea la utilizada para elaborar sus productos de máxima calidad marca “La Serenísima”. Maximizando de esta manera, la calidad de su materia prima desde su origen, “el Tambo”.</p> <p>Continuando con su cadena de valor, por medio de un sistema de logística, procura que sus productos lleguen al consumidor con toda la calidad original, los 365 días del año, a los 80.000 puntos de venta que están distribuidos a lo largo de todo el país.</p> <p>Todas estas actividades son llevadas a cabo por 4.582 personas de manera directa y alrededor de 25.000 personas que trabajan en conjunto, compartiendo la filosofía de la Compañía. Filosofía que trasciende sus puertas en busca de lograr un aporte que contribuya al Desarrollo Social. Partiendo de su objetivo marco basado en promover una cultura de máxima calidad en la elaboración de sus productos y Responsabilidad Social de brindar a la comunidad alimentos con alto nivel nutricional.</p> <p>Los conceptos de RSE y Sustentabilidad no son nuevos para la Compañía. A lo largo de su historia, trabajó bajo la premisa de una gestión responsable como único camino para alcanzar el éxito. Tratándose sin dudas de una modalidad de trabajo que le permitió desarrollar ventajas competitivas</p>

basadas en la confianza y en sus valores. Dichos valores están ligados a la familia, a la salud, a la calidad, a la educación, a la confianza, la responsabilidad, cuidado de las personas y al del medio ambiente. Es una Compañía sin dudas auténtica, tanto en su contenido, como en su mensaje.

DERECHOS HUMANOS	<p><i>Principio 1: Apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos fundamentales internacionalmente declarados.</i></p> <p><i>Principio 2: No ser cómplice de abusos de derechos humanos.</i></p>
Acciones	<p>Nuestro Compromiso o Política</p>
	<p>Mastellone Hnos. respeta y protege los derechos humanos. Dicho compromiso está plasmado en su Código de Ética, donde se describen las pautas y conductas a seguir por todos los que integran la Compañía.</p> <p>A lo largo de toda su cadena productiva, aplica los máximos estándares de calidad con el objetivo de garantizar la seguridad alimentaria de sus productos, el cuidado de la salud y seguridad de las personas, y minimizar los impactos ambientales resultantes del desarrollo de su actividad. Para Mastellone Hnos. brindar información es uno de los aspectos fundamentales para mantener una buena comunicación tanto con sus empleados como con los consumidores y demás grupos de interés vinculantes. Esto le permite, “Internamente”, generar una visión compartida, difundiendo los valores y la cultura organizacional inmersa en la Compañía. Promoviendo de esta manera, la interacción del personal en todos los niveles operativos. Mientras que “Externamente”, permite comunicar diferentes opiniones, informar sobre los progresos alcanzados, dar respuesta al consumidor y su familia, y continuar concientizando a la comunidad aspectos que hacen a la salud, el cuidado del medio ambiente, el respeto por los Derechos Humanos y la mejora de la calidad de vida.</p>
	<p>Una descripción breve de nuestros Procesos o Sistemas</p>
	<p>Mastellone Hnos., desde sus inicios ha asumido el compromiso de proceder con Responsabilidad frente a la sociedad en su conjunto. Por este motivo, publica los lineamientos que rigen su accionar cotidiano desde las diferentes áreas que integran la compañía:</p> <p>Desde diferentes áreas de la Compañía, se llevan adelante y difunden, diferentes acciones para que todos los empleados y consumidores, se interioricen sobre la importancia de una buena alimentación, el deporte, la educación, la salud y con ello el bienestar común.</p> <ul style="list-style-type: none"> Las áreas de Servicio Médico e Higiene y Seguridad en el Trabajo se ocupan activamente de la salud de los empleados. Para ello, cuenta con un equipo de profesionales que prestan servicio las 24 hs. del día, asesorando y evacuando

consultas médicas de cada uno de los empleados. Diariamente se efectúan chequeos personales y se desarrollan campañas sobre enfermedades con el objeto de informar sobre sus formas de transmisión, manifestaciones clínicas y acciones preventivas

- Los productos lácteos “funcionales” son desarrollados en base a estudios epidemiológicos, estadísticas nutricionales, encuestas, etc., con el objetivo de mejorar la salud y prevenir enfermedades. A través del **Departamento de Información Nutricional (DIN)**, Mastellone Hnos. asesora y brinda información nutricional actualizada a los profesionales de la salud y consumidores, destacando los beneficios que tienen sus productos lácteos funcionales. Los cuales permiten mejorar el estado de salud y reducir el riesgo de enfermedades. Asimismo, se preocupa por la educación de los chicos y la actualización docente. Por medio del programa “La Serenísima va a la Escuela” -que surge a partir de la necesidad de instalar hábitos alimenticios saludables en los niños- , apoya a los docentes y padres en la tarea de generar promotores de una alimentación equilibrada y variada para compartir en los hogares, los aprendizajes adquiridos durante la actividad del programa y en todas las que la continúen.
- A través del programa “Vinculación Empresa - Escuela”, desde el área de **Capacitación**, se trabaja con las comunidades educativas de la zona donde se encuentran radicadas las plantas, en las cual establece lazos de mutua cooperación entre los establecimientos favoreciendo el flujo de información y comunicación.
- Con el fin de contribuir al desarrollo y progreso de la comunidad, a través del **Departamento de Información Estudiantil (DIEs)**, apoya a estudiantes de distintos niveles e instituciones educativas, brindando información y respondiendo a consultas relacionadas a la empresa, sus productos y la cadena láctea en general.
- Por medio de su área de **Comunicación Interna** Mastellone Hnos. comparte diferentes opiniones, sobre los progresos alcanzados, beneficios al personal, lanzamientos de productos, novedades institucionales, indicadores de Sustentabilidad, y aspectos vinculados con la concientización – sobre aspectos que hacen a la salud, la mejora de la calidad de vida, la seguridad y el cuidado del medio ambiente. La Comunicación con el público interno se constituye a través de diferentes canales que transmiten los objetivos y los valores de la empresa. A saber: Revista Interna de la Compañía, Cartelera Informativa, Boletines Electrónicos Informativos y Folletería, entre otros.
- A través del **Departamento de Visitas**, promueve el Desarrollo Social, abriendo las puertas diariamente a diferentes públicos para que conozcan la empresa, desde las instalaciones y sus recursos materiales, hasta su forma de trabajo en la ejecución de los distintos procesos productivos. Durante la recorrida queda reflejada la filosofía de la empresa y su compromiso con la calidad, seguridad y el medio ambiente. Además de la constante evolución tecnológica aplicada a los procesos

productivos.

- Mastellone Hnos. fiel a la sensibilidad social que la ha caracterizado en toda su trayectoria y a su responsabilidad como un miembro clave de la comunidad de la que forma parte, a través del **Departamento de Donaciones**, contribuye mensualmente con diversas entidades y organizaciones a fin de poder satisfacer sus necesidades básicas y ayudar a mejorar la calidad de vida de sus beneficiarios.
- Conscientes de la importancia que tiene el compromiso con aquellos que depositan su confianza diariamente en la Compañía, posee un **Servicio de Información al Consumidor/Clientes (SIC)**. El cual recibe las consultas y reclamos realizados por los consumidores/clientes, quienes transmiten sus necesidades en forma telefónica con el fin de obtener asistencia a sus requerimientos. En caso de quejas sobre algún producto, cabe mencionar que el **Departamento Técnico** atiende en forma personalizada a los consumidores en su domicilio, retirando él o los productos con reclamo/s, reponiéndolo/s y explicando en el momento, las causas posibles que hacen al reclamo o enviando el producto para su análisis al laboratorio, donde se evalúa para luego brindar respuesta basada en resultados analíticos.
- Desde el área de **Compra de Materia Prima Láctea (CMPL)**, se brinda apoyo a los Productores con una amplia gama de opciones para mejorar su productividad. En este marco, Mastellone Hnos. le acerca la posibilidad de acceder a diversos insumos, servicios, beneficios y capacitaciones. En las **plantas de Pre-Recibo**, la Compañía clasifica la materia prima que más de 1.300 tambos le remiten diariamente. Esto garantiza que toda la leche de La Serenísima sea la más limpia y pura. El **tambo** es el primer eslabón de la cadena de calidad de leche y es el factor determinante de la calidad del producto lácteo terminado. “La calidad involucra a todos, pero empieza en el tambo”.
- Adaptándose a las nuevas tendencias de la era digital, Mastellone Hnos. a través de su **sitio Web Institucional** se relaciona con el consumidor de una manera más cercana que permite una comunicación bidireccional. Al consumidor se le brinda información acerca de lanzamientos, novedades de los productos, sugerencias, mientras que a la empresa le interesa conocer sus gustos, necesidades, etc. Esta iniciativa es parte de un proceso de enriquecimiento de la información a través de Internet que surge debido al interés creciente por parte de los consumidores respecto a la salud, nutrición y seguridad alimentaria, demostrado día a día en la Web Institucional de La Serenísima. Una manera de seguir estando cerca del consumidor de forma más ágil y dinámica.
- A través de sus **Sistemas de Gestión** promueve la mejora continua y opera eficazmente los procesos para mantener las instalaciones en condiciones adecuadas con el objetivo de garantizar la seguridad alimentaria de los productos resultantes de dicha actividad.

Por lo expuesto, Mastellone Hnos. fortalece su compromiso con los Derechos Humanos a través del fortalecimiento de sus propios principios y valores, que se reflejan en el quehacer diario de todos los que hacen la Compañía.

Actividades emprendidas en el último año / planificadas para el próximo año

De acuerdo a los compromisos enunciados, durante el año 2011, realizó las siguientes acciones:

La Serenísima “Libre de Humo”

Con el objetivo de preservar de manera permanente los esfuerzos para erradicar el hábito de fumar en los colaboradores, durante el año 2011 se llevaron a cabo varias actividades:

*Se realizaron charlas de concientización sobre los efectos del tabaco a cargo de personal especializado. Se entregó folletería con información referente.

*Se llevó a cabo la cuarta recertificación que acredita a Mastellone Hnos. como una empresa 100% Libre de Humo de Tabaco en todas sus sedes.

Servicio Médico

Este año, al igual que el anterior, se llevaron adelante campañas sobre temas varios que conciernen a la salud de los colaboradores. Se cumplió con la campaña de vacunación antigripal, ofreciendo inmunización contra la cepa estacional y la Gripe A (H1N1). Además junto a la Mutual Asociación Confianza y Servicio, se desarrolló la campaña sobre Factores de Riesgo Cardiovascular, con charlas dictadas por reconocidos especialistas, carteleras y boletines informativos. (Ver debajo detalle de la Campaña).

Campaña de Factores de Riesgo Cardiovascular

Para Mastellone Hnos. la salud de su gente resulta un tema de sumo interés. Considerando el promedio de edad de sus colaboradores, se propuso trabajar en sus hábitos de vida a fin de disminuir su vulnerabilidad futura frente a las enfermedades cardíacas. Dado que cuantos más factores de riesgo posee una persona, mayores serán sus probabilidades de padecer una enfermedad cardiovascular.

Las Enfermedades No transmisibles (ENT), serán responsables para el año 2020 del 75% de todas las muertes del mundo. Dentro de estas, se encuentran las enfermedades cardiovasculares (también tumores y lesiones).

Durante el año 2011, se trabajó para generar conciencia entre su gente acerca de aquellos hábitos que pueden cambiarse, tratarse o modificarse. El fin propuesto de la iniciativa fue modificar dichos hábitos para alcanzar una “vida saludable” a partir de la puesta en práctica de todo lo informado y así poder replicarlo en los hogares.

El programa fue coordinado por el Servicio Médico y la Asociación Mutual Con-Ser.

Se Detalla, a continuación, la metodología implementada:

- Se realizaron 4 charlas informativas coordinadas por el Departamento de Capacitación, a cargo de reconocidos profesionales en cada una de las disciplinas que se presentan:

1. Factores de Riesgo Cardiovascular / Prevención
2. Tabaquismo ¿Cómo abandonar el hábito?
3. Vida sana. Cambios de hábitos y estilos de vida. Síndrome Metabólico
4. Nutrición. Disminución de peso en pacientes obesos y dieta saludable

Luego de cada exposición, se entregaron folletos a los participantes de las charlas, con los puntos más importantes desarrollados, con el fin de extender dicha información a los hogares de los colaboradores.

- Se publicaron 4 artículos divididos en módulos, relacionados con la evolución de la Campaña en la revista Entre Nosotros:

- Módulo 1: Introducción sobre factores de riesgo cardiovascular. Factores no modificables: edad, sexo y antecedentes personales y familiares de enfermedad cardiovascular.

- Módulo 2: Tabaquismo e hipertensión arterial.

- Módulo 3: Diabetes y obesidad.

- Módulo 4: Hipercolesterolemia y hábitos sedentarios.

- Por medio del boletín informativo se acompañó la temática con recomendaciones, a saber: ¿Cómo mantener sano el corazón?, deportistas de fin de semana, tips generales para mantener o regular el peso, consejos sobre Diabetes, Hiperglucemia, entre otros. Además, por medio de esta herramienta y cartelera, se convocó a los participantes para las actividades especiales.

- En el resto de las plantas se comunicaron algunas acciones implementadas por medio de notas en la revista y boletines informativos.

- Se filmaron las 4 charlas a fin de poder difundirlas en el resto de las Plantas.

Mundialito de fútbol La Serenísima

La iniciativa de Mastellone Hnos. y Danone Argentina está pensada para acercarse a su comunidad fomentando un mejor desarrollo en los niños y toda su familia.

Se plantea como una manera de brindar a los chicos la oportunidad de divertirse sanamente en una competencia donde se privilegia el ambiente familiar y la amistad. El objetivo del Torneo es, como se afirma en el Reglamento de la Copa, “promover el

deporte infantil y jerarquizar el Fair Play”.

Alimentos Funcionales

Las necesidades nutricionales de la población cambian día a día, es por ello que Mastellone continúa desarrollando productos que colaboran para mejorar el bienestar y la calidad de vida de la gente, ayudando a reducir el riesgo de contraer ciertas enfermedades o patologías.

Durante el 2011, se incorporaron a la línea de productos funcionales de Mastellone los nuevos quesos en Hebras Light "Mozzarella - Reggianito" y “4 quesos Light”, se amplió la línea Serecol, leches reducidas en lactosa, descremadas con fibra soluble y alimentos a base de leche descremada y jugo de frutas.

Departamento de Información Nutricional (DIN)

Durante el año 2011, brindó capacitaciones a profesionales de la salud y estudiantes (conferencias en universidades públicas y privadas), acciones en jornadas de Asociaciones y Sociedades científicas, congreso con pacientes en recuperación cardiovascular (Hospital Universitario Austral), charlas en hospitales a lo largo del país y a la comunidad acerca de alimentación saludable: Mundialito y en jardines de infantes y colegios primarios de interior de país.

Internamente desarrolló notas para la revista de la Compañía. Además, atendió a consultas de profesionales y consumidores a través del correo electrónico (din@mastellone.com.ar) y del sitio Leche y Nutrición. También, participó cuando las circunstancias lo solicitaron, en la formulación de respuestas acerca de los productos. Externamente, entregó folletos, fascículos, etc. informativos, con aspectos nutricionales y científicos como soporte a los productos. Realizó el mantenimiento y actualización de los contenidos de la Página Web www.lecheynutricion.com.ar orientada al consumidor y el armado de los contenidos de un newsletter para profesionales de la salud.

La Serenísima va a la Escuela

Mastellone Hnos. conjuntamente con Danone Argentina continuó con el Programa “La Serenísima va a la Escuela”, actividad institucional que consiste en visitar escuelas primarias, con el fin de promover entre los chicos, una alimentación sana y equilibrada.

El programa, que cumplió su 4^{ta}. Edición en 2011 busca instalar hábitos alimenticios saludables en los más chicos, basados en una dieta equilibrada y variada, que incluya los distintos grupos de alimentos.

Por este motivo, a lo largo del año se desarrollaron las siguientes acciones:

- Charlas, actividades lúdicas con video interactivo, entrega de material didáctico y folletos educativos, en los colegios visitados.

- Como novedad, este año La Serenísima va a la Escuela llegó a Mar del Plata.
- Además, como cierre de la edición, se brindó una charla en el Stand de COPAL en Tecnópolis. Asistieron más de 70 chicos con sus docentes, que participaron de las actividades junto a las nutricionistas del Departamento de Información Nutricional de la Empresa.

La campaña cuenta con su propio Sitio Web: www.lsvaalaescuela.com.ar, con información, recetas saludables, contenido para docentes, juegos y espacio de consultas.

Museo de los Niños Abasto

El museo de los Niños propone un espacio enriquecedor y alternativo de encuentro que integra el juego, movimiento, percepción, comprensión y expresión, incentivando la curiosidad, el interés por el conocer y la imaginación desde una mirada transformadora.

Basado en la Declaración de los Derechos del Niño, ha sido diseñado para propiciar en cada niño, el desarrollo de sus propios potenciales: “aprender haciendo” y “jugar y divertirse aprendiendo”.

Mastellone Hnos. inauguró su propio espacio didáctico en el Museo de los Niños Abasto, Capital Federal. El Mundo de la Leche está compuesto por un sector que explica a través del juego las instancias del proceso de la leche y de la producción del dulce de leche.

El recorrido comienza en el mismo tambo, en donde se produce el ordeño. La leche recolectada se almacena en un camión cisterna que luego pasa a la fábrica para dar comienzo a la producción.

El camino de la leche, la pasteurización, la ultrapasteurización, el envasado en sachet, son algunos de los procesos que los niños podrán ver y ser parte.

Por otro lado, una heladera gigante, donde al ingresar, los niños encuentran todo tipo de productos La Serenísima, que pueden trasladar directo a la mesa familiar de la cocina del espacio. Por último, un laberinto espejado, blanco, simboliza un remolino de leche.

Además, dentro de las actividades propuestas en el espacio se encuentra la realización de un cuestionario donde los chicos aprenden información útil sobre el proceso de producción de la leche y del dulce de leche, como así también sobre las propiedades de estos productos, la cual luego es volcada en la exploración e investigación del espacio.

La tecnología es un elemento importante en este espacio, dos pantallas touch screen y tres monitores, enriquecen la propuesta El Mundo de la Leche.

Capacitación

Vinculación Empresa - Escuela

Desde el área de Capacitación, se continuó trabajando con las comunidades educativas de

la zona donde se encuentran radicadas las plantas a través del programa “Vinculación Empresa - Escuela”, donde se establecen lazos de mutua cooperación entre los establecimientos, favoreciendo el flujo de información y comunicación.

Se vuelven a fortalecer los vínculos con el colegio Parroquial San Carlos Borromeo, generando un proyecto para mejorar el perfil profesional de los egresados del Bachillerato en ciencias naturales intentando mejorar la inserción laboral. Con estas acciones el colegio comenzó a trabajar en el proyecto Análisis Químicos Aplicados a la Industria de Alimentos”.

Asimismo, durante el año 2011 desde **Compra de Materia Prima Láctea** se hizo foco en la **capacitación de productores**, se incorporaron nuevos profesionales al portfolio vigente y se sumaron nuevas áreas temáticas. Las actividades de capacitación se intensificaron, aumentando notablemente con respecto a 2010.

Comunicaciones Internas

En el 2011 para obtener una mayor agilidad en la comunicación, Mastellone Hnos. fortaleció la relación con el personal a través de las siguientes piezas de comunicación:

- **REVISTA INTERNA “ENTRE NOSOTROS”:** A lo largo del año mediante esta herramienta de comunicación se reforzaron los valores de la Compañía, se fortaleció el aprendizaje sobre temas vinculados a la temática de calidad, salud y nutrición, ambiental, seguridad, educación y RSE, para acercarse a los empleados y sus respectivas familias y así, generar una visión compartida, difundiendo los objetivos y la cultura organizacional de la Compañía.

- **COMUNICADOS EN CARTELERAS:** Al igual que en la revista interna, se han reforzado los temas vinculados a calidad, salud y nutrición, ambiente, seguridad, educación, RSE, beneficios, lanzamientos, participación de la Empresa en los medios, agradecimientos del personal, etc.

- **BOLETÍN INFORMATIVO:** Por medio de este canal digital se brindó información periódica al personal con acceso a PC, especialmente sobre los lanzamientos, las campañas de prevención y concientización, los beneficios al personal, novedades institucionales y del sector, la participación de la Empresa en los medios, y temas vinculados a calidad, salud y nutrición, ambiente, seguridad, educación, RSE, etc.

- **PIEZAS DE COMUNICACIÓN IMPRESAS:** Se desarrollaron folletos para brindar información específica y complementar las campañas de prevención de salud, seguridad y ambiente.

Además, se realizó un insert para la revista (juego para niños) y carteles plastificados para transportistas.

- **CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN INTERNA:** Con el objetivo de sensibilizar y concientizar al personal, se han desarrollado campañas de prevención/concientización internas sobre la

temática ambiental, salud y seguridad.

Entre ellas se destacan:

- Ambiente: campaña de Reciclado de Envases Post Consumo y del uso eficiente de la energía.
- Salud: campaña de vacunación antigripal, factores de riesgo cardiovascular, riesgos del tabaquismo, cuidados del verano, de prevención de la salud y de nutrición.
- Seguridad: campaña de Prevención de Accidentes Viales.
- Educación y Formación: se realizaron acciones referidas al Día mundial de la alimentación y al inicio de clases.

Las charlas dictadas por los profesionales contratados para cada Campaña, fueron filmadas con el fin de poder replicarla en el resto de la Compañía.

Visitas a Planta

Mastellone Hnos. continúa con su compromiso con la comunidad, a través de su política de “Puertas Abiertas”. En los últimos años, la Empresa tuvo un aumento del flujo de visitas a su Planta en General Rodríguez.

En este marco, cabe destacar que a lo largo de todos estos años siguiendo dicha política, se logró afianzar los vínculos creados con distintas entidades nacionales e internacionales, las cuales expresaron su agradecimiento por la manera en que fueron recibidas.

Donaciones

En el año 2011, la Empresa continuó entregando no sólo productos lácteos sino también contribuciones económicas a diversas entidades. Comprometida con la educación, se visitaron escuelas de la localidad, se analizaron sus necesidades y se hizo entrega de equipos informáticos, televisores y material didáctico entre otros elementos educativos, pudiendo observarse el trabajo realizado por los alumnos en algunas de ellas. Así, consolida su compromiso con la tarea de colaborar tanto con entidades públicas como privadas a fin de promover la educación y la salud de la comunidad.

Valoración del Consumidor

Servicio de Información al Consumidor/Cliente

Las acciones que realiza son:

- Responder consultas generales, nutricionales y médicas en el momento.
- Transformar las respuestas técnicas en explicaciones de fácil interpretación ya que muchas de las consultas son realizadas por público no profesional.
- Almacenar todas las llamadas y respuestas en un sistema diseñado específicamente con este fin, que permite la intercomunicación entre los distintos sectores de la

empresa para facilitar la resolución de las consultas.

Durante el 2011 además se realizaron las siguientes acciones:

- * Se continuó con el horario extendido para abarcar la mayor cantidad de llamados.
- * Se implementó un sistema de análisis de llamados entrantes, para poder optimizar la atención.
- * Se incorporó otra oficina para aumentar el espacio físico de atención.

Departamento Técnico

Durante el año 2011 se continuó con la tarea de capacitación y actualización constante. Los integrantes del departamento, participaron del curso de Manejo Defensivo “El conductor Seguro” dictado por el Centro de Experimentación y Seguridad Vial Argentina. Debido a las características dicha actividad, resultó muy interesante poder interiorizarse de normas y asesoramiento de cómo proceder ya sea en la conducción, como en determinados accidentes o situaciones causados por la misma.

El trabajo del Departamento Técnico se basa fundamentalmente en la atención de consumidores / clientes, de “La Serenísima” ante posibles consultas o reclamos realizados sobre los productos o calidad de los mismos.

Resulta fundamental poder transmitir a los consumidores, los cambios de tecnología utilizada como también la actualización de los procesos industriales; para ello se continúan visitando a los distintos sectores o plantas elaboradoras, que permiten ampliar los conocimientos para dar respuesta sobre calidad, seguridad e inocuidad alimentaria que brindan los productos.

También se han realizado acciones conjuntas con el Depósito de Ventas Especiales, dando asistencia a escuelas e instituciones que en algún momento solicitaron nuestra atención, además de haber recibido la colaboración del Departamento de Información Nutricional, responsable en dar asistencia a profesionales de la salud.

Servicio al Productor

Desde el sector se continuó trabajando, como todos los años, en la actualización y mantenimiento de la Web Tambos y la Web Insumos, lo que incluye la publicación periódica de material de interés para el productor, como invitaciones a eventos, propuestas de capacitación, artículos técnicos, cronogramas de pago, resoluciones de interés, novedades en lo referente a asistencia financiera, etc. Gracias a este servicio, los productores tienen acceso a información muy valiosa para el seguimiento de sus negocios desde cualquier parte del mundo y en cualquier momento.

Actualmente, se está evaluando la posibilidad de incorporar videos a la Web Tambos,

como una nueva herramienta, en este caso audiovisual, con la que puedan contar los productores. Dichos audiovisuales serán complementados, cuando así se considere necesario, con la entrega física del material. En este sentido, durante el año 2011 se trabajó fuertemente en el desarrollo y entrega de diversos materiales técnicos de utilidad para los productores: CD con programa de cálculo desarrollado por el Dr. Guillermo Berra (INTA), almanaques, folletería para brindar información técnica específica y complementar los contenidos divulgados a través del sitio, tablas de gestación, etc.

Además, este año se trabajó en la mejora de la información ofrecida en la sección “Estado de Cuenta”, así como en la agilización en cuanto a la disponibilidad de los datos contenidos en la sección “Resumen de Entregas”.

Por otra parte, desde el sector se está trabajando en el desarrollo de un nuevo micrositio exclusivo para transportistas de leche, de modo que puedan contar con información útil en cualquier momento y lugar, tal como lo realizan hoy los productores tamberos.

Al mismo tiempo, el sitio continúa como siempre, con la atención constante de consultas provenientes de productores tamberos remitentes, a través del “Contáctenos” de la web (“Atención al Productor”) y telefónicamente, con el correspondiente seguimiento de cada caso hasta su resolución.

Departamento de Información Estudiantil (D.I.Es.)

En el año 2011 se continuó con los envíos de información por correo como se hace tradicionalmente y dados los avances en las comunicaciones, el boom de las redes sociales y los cambios en los hábitos de los estudiantes, mayoritariamente los envíos se realizaron por mail.

Sitio Web Institucional

En el año 2011, desde el Departamento de Relaciones Institucionales y Comunicaciones Externas, se trabajó en la mejora y actualización de las plataformas digitales de la Empresa:

www.laserenisima.com.ar, www.lecheycalidad.com.ar, www.lecheynutricion.com.ar,

www.queserisimos.com.ar, www.mundojunior.com.ar, [laserenisima/facebook.com](https://laserenisima.facebook.com)

Por otro lado, con el fin de sostener los vínculos creados con los consumidores a través del sitio, la Empresa continuó enviando un newsletter institucional a todas aquellas personas suscriptas al mismo.

Habiendo trabajado en campañas específicas relacionadas a fechas importantes para la empresa y sus consumidores, el área coordinó acciones digitales para el Día internacional del trabajador, el Aniversario de la Empresa, el Día de la Madre, el Día del Padre, La semana de la lactancia materna, el Día mundial de la leche, entre otros.

Asimismo, se presentaron y comunicaron los nuevos productos de la marca y se pusieron a

disposición de los consumidores distintas encuestas de productos para evaluar su elección y percepción.

Por otro lado, a través de las distintas plataformas se brindaron tips y consejos saludables, sobre todo en el marco de campañas como el Día Mundial de la Leche, la Semana de la Lactancia Materna y el Día de la Alimentación.

Además, se continuó optimizando y aumentando la presencia de La Serenísima en las redes sociales para responder a la creciente demanda de información y respuesta de los consumidores expresadas a través de dichos canales.

Hoy, las redes sociales son parte de la actividad diaria de distintas comunidades. Han sido elegidas como forma de comunicación por millones de personas alrededor del mundo. Por eso, la Empresa mantiene este canal de comunicación, escuchando a sus consumidores y fortaleciendo el vínculo que ha creado con ellos a lo largo de su trayectoria.

La respuesta del público en estas redes es muy buena y la interacción es cada vez mayor. En Facebook, se comunicaron también todas las novedades de la Compañía, como lanzamientos de productos, campañas publicitarias, recetas con productos de la empresa, encuestas de opinión entre los visitantes, entre otros.

Sistema de Gestión

El Sistema de Gestión Integral implementado, promueve la mejora continua y opera eficazmente los procesos para mantener las instalaciones en condiciones adecuadas con el objetivo de garantizar la calidad y seguridad alimentaria de los productos resultantes de dicha actividad. Se estuvo trabajando en la implementación del sistema de gestión de inocuidad alimentaria para integrarlo a futuro al sistema ya establecido.

Mantener actualizado este sistema es compromiso de todos los colaboradores que integran Mastellone Hnos. lo cual consolida el desafío de obtener productos con altos estándares de calidad posicionándonos dentro de los niveles más altos de las empresas lácteas. De acuerdo al *objetivo N° 2* establecido en la política de calidad y medio ambiente, Mastellone Hnos. se compromete a **“Implementar y mantener un sistema de gestión, promoviendo la mejora continua”**. Para ello, ha implementado las siguientes acciones durante el 2011:

- Durante el transcurso del año se dio continuidad al programa de auditorías internas, elaborando y cumpliendo con el programa 2011 mediante un sistema electrónico de control, asegurando que se auditan todos los sectores, por las normas aplicables y que los auditores involucrados están capacitados en la misma. En la segunda quincena de mayo se dio inicio a las auditorías del corriente año.
- Durante el período anual se revalidó con SENASA el Sistema de Seguridad Alimentaria de las plantas de Leche en Polvo 3, 4 y 5, y de los sectores de Leche Estéril, Manteca y Dulce de Leche. Logrando este año la ampliación del Sistema e

	<p>incorporando a leches especiales de Ultrapasteurización.</p> <ul style="list-style-type: none"> • También se mantiene la validación de la planta de Trenque Lauquen para la elaboración de quesos de pasta blanda y semiblanda. • Las auditorias externas se realizaron en los siguientes sectores y plantas: Recibo de Leche, Leche en Polvo, Leche Estéril, Leche Ultrapasteurizada, Depósito Inteligente, Manteca y Crema, Dulce de Leche, Planta Armonía, Planta Trenque Lauquen, Planta Leubucó, Plantas Clasificadoras de Mercedes y Trenque Lauquen. <p>Según lo expresado en el <i>objetivo N° 4</i> de la política de calidad y medio ambiente, asume el compromiso de “Operar eficazmente nuestros procesos y mantener nuestras instalaciones en condiciones adecuadas con el objetivo de garantizar la seguridad alimentaria de nuestros productos y minimizar los impactos ambientales resultantes de dicha actividad”. Para ello, ha implementado las siguientes acciones durante el año 2011:</p> <p><i>Desarrollando mejoras en los Procesos</i></p> <p>Continuando con la valiosa tarea de las mejoras en los procesos, este año se sumaron nuevos equipos de mejora, donde cada uno pudo desarrollar, plantear e implementar soluciones a las situaciones problemáticas planteadas en los procesos.</p>
Resultados	<p>Medición de resultados (esperados) y valor agregado a nuestra compañía</p> <p><u>La Serenísima “Libre de Humo”</u></p> <p>Mastellone Hnos. continúa con su política de libre de humo de tabaco para todas sus plantas. Con el objetivo de mantener activa esta política, realizo la recertificación que lleva adelante el Ministerio de Salud de la Nación, accediendo en el mes de noviembre a su 4ta. acreditación como empresa 100% Libre de Humo de Tabaco.</p> <p><u>Servicio Médico</u></p> <p>Durante el año 2011 se efectuaron acciones informativas con el objeto de prevenir enfermedades estacionales, como la gripe y la campaña de prevención y concientización de factores de riesgo cardiovascular, con charlas de destacados profesionales, boletines informativos, carteleras y folletos.</p> <p>Para fechas conmemorativas como el 31 de mayo, día mundial sin tabaco, se realizó una campaña en referencia a los riesgos del tabaquismo.</p> <p>A las acciones informativas se le sumó como todos los años, la campaña de vacunación antigripal. La misma registro un alza del 2 % con respecto al año anterior, alcanzando a 1.723 empleados que accedieron voluntariamente a vacunarse.</p>

Campaña de Factores de Riesgo Cardiovascular

• Se realizaron 4 charlas informativas coordinadas por el Departamento de Capacitación, a cargo de reconocidos profesionales en cada una de las disciplinas que se presentan:

1. Factores de Riesgo Cardiovascular / Prevención: 58 participantes
2. Tabaquismo ¿Cómo abandonar el hábito?: 27 participantes
3. Vida sana. Cambios de hábitos y estilos de vida. Síndrome Metabólico: 25 participantes
4. Nutrición. Disminución de peso en pacientes obesos y dieta saludable: 37 participantes

Luego de las charlas realizadas, se debe considerar el "primer impacto" para poder evaluar la significación e influencia en las conductas de atención de la salud y su consecuencia en las personas.

Quienes concurrieron a las mismas, demostraron su interés en cada una, efectuando consultas, participando y al finalizar las mismas, ahondando con los disertantes algún aspecto que querían profundizar en torno al tema tratado.

En cuanto al alcance de la divulgación de la Campaña, se evaluó que en materia de consultas en lo referente a las diferentes causas, llámese TABAQUISMO, SINDROME METABOLICO Y VIDA SALUDABLE, el incremento de las mismas creció exponencialmente, a tal punto que hasta los mismos profesionales se sorprendieron por el aumento de las consultas médicas en sus consultorios, del personal de la Empresa asociado a Medifé. Por otra parte, todos los Médicos y Licenciadas que brindaron las conferencias, se encuentran atendiendo a todos los afiliados de la Asociación Mutual Confianza y Servicio - Medifé; y cada uno en su especialidad, hizo saber de esa demanda, que hasta antes de las charlas era muy escasa.

Se cree que por lo enunciado en el párrafo anterior, el crecimiento en las consultas fue mayor al 150%, especialmente en Neumonología (tabaquismo), Síndrome Metabólico (diabetes, obesidad, aumento del colesterol, etc.) y también, en lo referente a Vida Saludable (alimentación, dietas, etc.).

Todo ello genera una corriente positiva y de concientización, en lo referente a Factores de Riesgo Cardiovascular, que va a repercutir favorablemente en prevenir los mismos y fomentar los buenos hábitos en la vida diaria del personal y sus familias.

Es intención para el próximo año, extender este programa al resto de la Compañía.

Agradecemos la participación y destacamos el interés de los colaboradores. Todo esto impulsa a la Compañía a continuar trabajando en esta línea, que conduce hacia un mayor bienestar físico, mental, familiar y laboral.

Mundialito de fútbol La Serenísima

-En el año 2011 participaron en Argentina 9.700 chicos, más de 30.000 personas asistieron al evento.

-Los equipos estuvieron formados por chicos de 10 a 12 años de edad. La final nacional se disputó en Buenos Aires, donde se consagró el club Belgrano de Córdoba.

-En el año 2011 además, por cada persona que participó del evento, se donó 1 litro de leche a la Fundación PUPI, dirigida por el prestigioso futbolista Javier (PUPI) Zanetti.

Alimentos Funcionales

En el año 2011 ha desarrollado los siguientes alimentos funcionales:

- **Serecol Café con Leche.**
Con fitoesteroles, Omega 3 y extra calcio natural, que ayudan a reducir el colesterol y proteger el sistema cardiovascular como parte de una dieta saludable.
- **Leches reducidas en lactosa como "Leches entera y parcialmente descremada de fácil digestión."**
Con un 80% de reducción del contenido de lactosa, es especial para personas intolerantes a este azúcar.
- **Leche descremada con fibra soluble como "Leche LS Fibractiva."**
Con fibra soluble que ayuda a mejorar la composición de la flora intestinal y favorece la absorción del calcio.
- **Alimento a base de leche descremada y jugo de frutas sabores Pera Dulce y Frutimix,** fortificado con hierro, zinc, vitaminas A, D, B2, B9 y C. Reducido en su contenido graso y calórico. Nueva fórmula con 25% menos azúcar.
- **Leche +4 años.**
Leche entera fortificada con calcio hierro y zinc y vitaminas A, D, E y C. Ideal para el crecimiento.
- **Queso en Hebras Light "Mozzarella-Reggianito"**
Reducidos en grasa (26% menos) y fuentes de calcio y proteínas.
- **Queso en hebras "4 quesos Light"**
Reducidos en grasa (50% menos) y calorías (30% menos). Fuentes de calcio y proteínas.

Departamento de Información Nutricional (DIN)

- Se realizaron 6 visitas a un grupo de 12.000 profesionales de la salud, médicos y licenciados en nutrición.
- Se representó a la Empresa en Congresos de especialidades médicas: XXIX Congreso Nacional de Cardiología y XVII Congreso Argentino de Nutrición, donde fueron entrevistados más de 8.000 profesionales, conociendo y degustando nuestros alimentos

funcionales.

- Conferencias en universidades públicas y privadas: Universidad MAZA (Mendoza), Universidad FASTA (Mar del Plata), Universidad UCEL (Rosario), Universidad Abierta Interamericana (Rosario), Universidad Nacional de Tucumán (S. M. de Tucumán), Universidad Católica de Córdoba (Córdoba), Universidad de Belgrano (C.A.B.A.),

- Charlas de capacitación en hospitales a lo largo de todo el país.

- Acciones en jornadas de asociaciones y sociedades científicas: Sociedad Argentina de Nutrición, Sociedad Argentina de Obesidad y Trastornos de la Alimentación, Sociedad Argentina de Cardiología, Federación Argentina de Cardiología, Asociación Argentina de Dietistas y Nutricionistas Dietistas, Asociaciones de Nutricionistas de ciudades del Interior (Neuquén, Mendoza, Haedo, Córdoba) y contacto con la Federación Argentina de Cardiología para la formalización del convenio de tareas en conjunto durante 2011/2012.

- Asesoramiento Nutricional en el Programa La Serenísima va a la Escuela

- Congreso de Pacientes en recuperación Cardiovascular (Hospital Universitario Austral - Pilar Bs. As.).

- 5 notas diseñadas y escritas por las asesoras nutricionales para la revista “Entre Nosotros” y el sitio Leche y Nutrición.

La permanente actualización del equipo de asesoras nutricionales permite cada día mayor acercamiento y fidelización de los profesionales contactados para con los productos de la Empresa.

El DIN es permanente fuente de consulta por parte de médicos y nutricionistas acerca de los valores nutricionales y de la alimentación saludable. Esto genera un compromiso mutuo de colaboración en el diseño de planes alimentarios con los productos de Mastellone Hnos. y demuestra la preocupación que la Empresa tiene por la alimentación saludable de los consumidores.

La Serenísima va a la escuela

En el año 2011, se visitaron 125 escuelas primarias, un 25% más que en 2010.

- Más de 5.000 alumnos de 4° y 5° grado participaron de la Campaña, un 17% más que en la 3° Edición.

- Se brindaron 175 charlas en este período.

- En total, desde 2008 hasta el momento, se alcanzaron unos 18.000 chicos de 425 escuelas primarias. Asimismo, con la actividad se llevaron a cabo más de 650 charlas.

Museo de los Niños Abasto

El Mundo de la Leche es uno de los exhibits más elegidos por los niños, adultos y maestros. Desde su inauguración en junio de 2010, más de 730.000 personas disfrutaron de las distintas propuestas de juego que brinda el mismo.

Capacitación

Vinculación Empresa - Escuela

Durante este período, además se continuó con la actividad iniciada en el año 2010, finalizando 2 capacitaciones en módulos de 40 horas en la Universidad Nacional de Lujan para los docentes de dicho colegio, pero abierta la inscripción a toda la comunidad educativa de General Rodríguez.

Se equipó el laboratorio específicamente para poder adaptarlo a las necesidades de química general, inorgánica, dando lugar a trabajos de investigación abriendo el campo a la microbiología y el análisis inorgánico.

Además de afianzar la formación intelectual y actitudinal de los alumnos buscando constantemente expandir sus conocimientos y expectativas de trabajo.

El objetivo fundamental es integrar conceptualmente los contenidos partir del uso de los laboratorios el análisis, procesos físicos, químicos y biológicos que permitan ir experimentando los procedimientos propios de producción.

Se materializaron las entregas de los certificados de crédito fiscal para la compra de equipamiento y armado de los siguientes proyectos:

“Construcción de Equipos de Automatización para control de variables en la industria”

Escuela Técnica N° 1 Campañas al Desierto - *Distrito Trenque Lauquen* (\$ 55.000.-)

“Laboratorio de Automatización, Control y Comunicación”

Escuela Técnica N° 1 Eduardo Guillermo Oliver- *Distrito Luján* (\$ 55.000.-)

“Equipos de Automatización para control industrial”

Escuela Técnica N° 1 Fray Luis Beltrán - *Distrito de Salliqueló* (\$ 55.000.-)

“Laboratorio de Automatización y Control”

Escuela Técnica N° 1 Tres Lomas - *Distrito de Tres Lomas* (\$ 55.000.-)

“Equipamiento de Automatización y Control para la enseñanza en laboratorio de montaje y mantenimiento de dispositivos electromecánicos”.

Instituto San Luis Gonzaga DIPREGEP N° 3471 - *Distrito de Luján, localidad José María Jaureguí* (\$ 55.000.-)

“Apliquemos el diseño de CAD (Dibujo Asistido por Computadora) en la construcción”

Centro de Formación Profesional N° 402 - *Distrito Trenque Lauquen* (\$ 55.000.-)

“Elaboración de pan casero en el Taller Protegido”

Escuela Especial N° 501 - *Distrito de Cañuelas* (\$ 55.000.-)

“Análisis químicos aplicados a la industria de alimentos”.

Colegio Parroquial San Carlos Borromeo DIPREGE N° 2528 - *Distrito de General Rodríguez* (\$ 115.000.-)

Compra de Materia Prima Láctea

Durante el 2011 se realizaron las siguientes capacitaciones:

- “Servicio de Diagnóstico de Situación, Capacitación y Recomendaciones Técnicas en Calidad de Leche” a cargo del MÉD. VET. MARIO SIRVÉN - Médico Veterinario: 42 (cuarenta y dos) visitas de diagnóstico ofrecidas a productores remitentes.
- “Capacitación Práctica para personal rural de establecimientos lecheros en Crianza y Recría de Vaquillonas” a cargo del DR. GUILLERMO BERRA -Instituto de Patobiología CICVyA INTA Castelar: 25 (veinticinco) actividades, entre jornadas a campo en tambos remitentes más charlas abiertas a salón.
- “Asesoramiento nutricional a cargo del MÉD. VET. HERNAN RÉ”: 12 (doce) actividades, entre charlas abiertas más jornadas de campo con análisis personalizado de la situación de tambos remitentes y talleres sobre temáticas específicas del sector
- “Asesoramiento Integral en Mastitis y Calidad de Leche a cargo del DR. EIAL IZAK”: 18 (dieciocho) asistencias entre visitas de diagnóstico a tambos remitentes y charlas abiertas sobre “Mastitis Ambiental”.
- “Recomendaciones para operarios de mixer” a cargo del Ing. en Producción Agropecuaria y Nutricionista MARTÍN AQUERRETA - Asesor en Nutrición y Producción Animal: 13 (trece) talleres en tambos remitentes.
- “Manejo y Fertilidad de Suelos y de Cultivos. Agricultura y Ganadería de Precisión” a cargo del ING. AGR. HUGO FONTANETTO - INTA Rafaela: 2 (dos) reuniones abiertas para productores con especial hincapié en la problemática del tratamiento de efluentes del tambo.
- “Enfermedades de patas en los tambos a cargo del MÉD. VET. GUILLERMO LARROUX”: 5 (cinco) reuniones abiertas para productores más 2 (dos) visitas a tambo.

Comunicaciones Internas

Revista Interna: durante el año 2011 se han distribuido 28.030 ejemplares de la revista Interna “Entre Nosotros”, un 1% más respecto al año 2010.

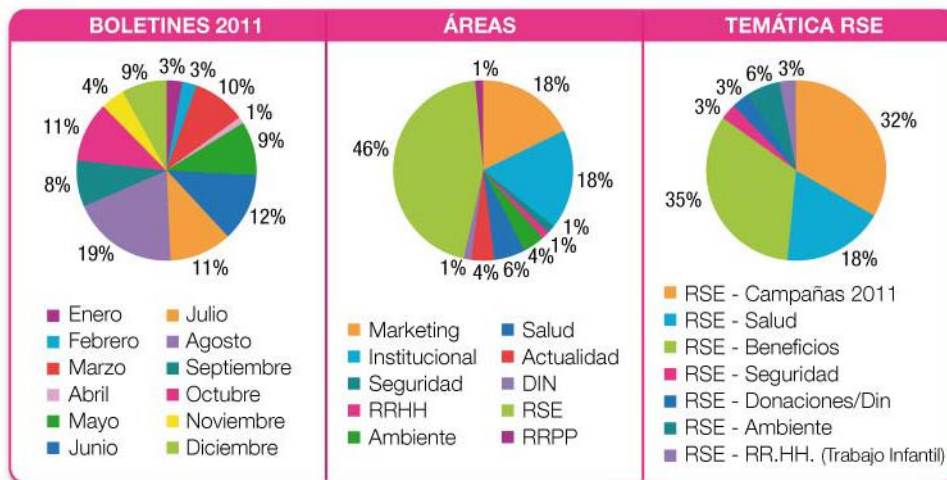
Comunicados en carteleras: Los mensajes de las carteleras internas se han renovado semanalmente.

Se han publicado 59 afiches en las carteleras de General Rodríguez y 40 afiches en las del Interior.

Por otro lado, se publicaron los indicadores referidos a capacitación, seguridad, y ambiente. Los 3 indicadores se han renovado mensualmente.

Se han publicado en total 39 indicadores en las carteleras de General Rodríguez.

Boletín Informativo: Se han emitido 74 boletines informativos a todos los usuarios de PC, con diferentes contenidos: lanzamientos, campañas de salud, educación, ambiente, seguridad, novedades de la Empresa, beneficios, etc.



Folleto: En total, se realizaron 19 piezas impresas.

Campañas de Comunicación Interna

-Reciclado de Envases Post Consumo: Tal como se menciona en la temática Ambiental y a modo de incentivar y fomentar el acopio, durante el 2011 se enviaron 454 Kgs. de envases post consumo a las Plantas Sociales de CEAMSE.

- Uso eficiente de la energía: los resultados de la misma se encuentran detallados en la temática Ambiental.

-Vacunación Antigripal: La misma ascendió a 1.723 empleados que accedieron voluntariamente a vacunarse.

-Salud: Campaña de Factores de Riesgo Cardiovascular: se realizaron charlas referidas a: Tabaquismo, Hipercolesterolemia y Sedentarismo, Obesidad y Diabetes, Síndrome Metabólico y Vida Saludable. Las mismas fueron reforzadas con notas en la revista “Entre Nosotros”. La convocatoria ascendió a 147 asistentes.

-Campaña de Accidentes Viales. Tal como se detalla en el apartado de la Campaña, se realizaron 12 cursos de Manejo Defensivo y 8 cursos de Conducción de Autoelevadores.

Visitas a Planta

Durante el período 2011 se ha alcanzado la concurrencia de 87.335 personas, superando en un 6% la programación del año anterior, en las cuáles se incluyen visitas de instituciones educativas, no educativas y particulares.

Como todos los años las instituciones educativas representaron el grupo de interés de mayor asistencia. Así, en 2011 se recibió un 23% más de alumnos pertenecientes a escuelas primarias, secundarias y universidades. En segundo lugar, se ubicaron los Centros de Jubilados, que año tras año vuelven a elegirnos. El tercer lugar, fue ocupado por los grupos de particulares y familiares del personal de la Empresa, quienes en este último caso visitaron la Planta durante el receso escolar de invierno.

Asimismo, se continuó recibiendo las visitas de otras instituciones no educativas, como representantes de asociaciones civiles, comedores, entidades de bien público, entre otras.

Por otra parte, se recibió un 11% más de visitas de empresas y universidades extranjeras, provenientes de diferentes países, entre ellos, Estados Unidos, Brasil y Nueva Zelanda.

De este modo, desde el sector Visitas (Relaciones Públicas), se continuó abriendo las puertas a la comunidad para dar a conocer el trabajo y compromiso social de la Compañía



Donaciones

Las instituciones beneficiadas fueron 414 entre públicas y privadas, un 18% más que en 2010. Entre ellas escuelas, hogares de niños y ancianos, parroquias, comedores, hospitales y fundaciones. La mayor cantidad de entidades beneficiadas se encuentran ubicadas en la provincia de Buenos Aires (263 instituciones), de ellas, el mayor porcentaje corresponde a la ciudad de General Rodríguez (109), seguida por Ciudad Autónoma de Buenos Aires (64).

Asimismo, a través de la iniciativa del sector la Empresa llegó a 19 provincias con 87 envíos de productos, gracias a la colaboración prestada por el personal del interior del país.

De esta manera, se entregaron más de 132.000 litros de leche, lo cual equivale a casi 530.000 vasos de leche.

En esta oportunidad el producto más donado fue la Leche en Polvo, debido al objetivo de llegar al interior del país. Así, se entregaron más de 6 toneladas del mismo. En segundo lugar, se donó Leche Larga Vida (más de 52.000 litros).

Para cumplir con las distintas necesidades de quienes solicitaron una ayuda de este tipo, la Compañía entregó Leches Especiales (3.350 litros aproximadamente), Dulce de Leche (2.800 kilos) y, en menor medida, Quesos, Manteca y Crema.

AÑO 2011

Leche en Polvo	más de 6 toneladas
Leche Larga Vida	más de 52.000 litros
Leches Especiales	3.350 litros aprox.
Dulce de Leche	2.800 kilos

Asimismo, en 2011 se continuó con el compromiso de renovar y crear gabinetes informáticos en las escuelas de General Rodríguez y otras ciudades aledañas a las plantas del interior del país (Trenque Lauquen, Canals, Leubucó y Salliqueló). De esta manera, se entregaron 39 computadoras de recupero, un televisor y una impresora, permitiendo que alumnos y docentes de dichas localidades puedan acceder a nuevas herramientas para contribuir a la mejora de su educación.

Valoración del Consumidor

Servicio de Información al Consumidor/Cliente

*En el año 2011 aumentó el volumen de llamados en un 34,8% (de 50.427 en 2010, a 68.004 en 2011), principalmente por la cantidad de promociones efectuadas por la empresa Danone Argentina (empresa con la cual comparte comercialmente la marca La Serenísima). Afectó al sector en los meses de enero (7.126 llamados), febrero (12.370 llamados) y marzo (7.403 llamados).

*Se incrementó la cantidad de llamados por ventas en un 86,9% (de 20.554 en 2010 a 38.419 en 2011. De estos últimos 6.682 correspondieron a interesados en ser clientes).

*Aumentó la cantidad de llamados de los consumidores en un 107% (de 14.288 en 2010, a 29.585 en 2011).

*Durante este año las consultas a través de la página de Internet aumentaron un 138,7%. Se incrementaron también por las promociones de la empresa Danone, durante los meses de enero (1.629 e-mails), febrero (3.952 e-mails) y marzo (1.422 e-mails).

Departamento Técnico

La implementación y cumplimiento de los dos indicadores de gestión, permiten tener una evaluación constante del trabajo realizado en el Departamento. Un indicador está referido al tiempo transcurrido desde que el consumidor/cliente se pone en contacto con la Empresa solicitando atención, y la misma se cumple, y otro referido a la conformidad obtenida por los mismos.

Durante el año 2011, hubo un promedio 954 reclamos mensuales derivados al Departamento Técnico para su atención, obteniendo como resultado que el 98,40 % fueron

atendidos en menos de 16 días, superando la meta fijada para este período de un 97,50 %.

Respecto a la conformidad obtenida de la atención promediando el mismo período antes citado se obtuvieron aproximadamente un 97,35% de conformidad, superando la meta fijada de un 96,50 %.

De este modo, se puede decir que se ha cumplido con la meta e indicadores fijados, los que posiblemente serán ajustados para continuar con un proceso de mejora constante de la calidad del sector.

Servicio al Productor

Como se trata de un sitio exclusivo para proveedores de materia prima láctea, no se contabilizan las visitas, sino los usuarios habilitados. Al respecto, podemos señalar que:

-Durante 2011 se alcanzó el 81% de ingresos al sitio, contando todos los productores que han ingresado al menos una vez desde que el sitio está en línea (2007). Los productores utilizan los servicios ofrecidos por la página como una herramienta de control y gestión, manteniendo el ingreso mensual en un nivel sostenido que ronda el 70% del total de propietarios habilitados.

Si en cambio, tomáramos como base el porcentaje de propietarios ingresados, comprobamos que del 81% mencionado, un 85% que continúa ingresando de manera periódica a la web hasta el día de hoy.

- Más de 1.550 casos (consultas) Web recibidas y respondidas al productor, con el correspondiente seguimiento en cada caso.

Departamento de Información Estudiantil (D.I.Es.)

Se recibieron 1.280 consultas de estudiantes y docentes de todo el país.

Durante el año 2011, se realizaron 579 envíos de información, un 96% de ellos por e-mail y el 4% restante por carta, como se hacía tradicionalmente. Cabe destacar que los envíos por mail crecieron con respecto al 2010 un 9%.

Como sucede desde que se digitalizó el material, el tiempo de respuesta y entrega del mismo se redujo, mejorando sobre todo, la respuesta a los estudiantes y docentes del interior del país. Si bien este año casi el 65% de los envíos de información se llevaron a cabo dentro de la provincia de Buenos Aires, el 28% fue al Interior del país. Entre las provincias que más contactaron a la Empresa se encuentran: Córdoba, Santa Fe y Mendoza. El 7% restante no informó lugar de residencia.

A diferencia del año pasado, este año el tema más solicitado fue “Productos”, seguido por Institucionales, Circuito Productivo y Nutrición. A éstos le siguieron Calidad, Comercialización (tanto en Argentina como en el exterior), RSE y Recursos Humanos.

Como sucede habitualmente, la mayoría de los estudiantes a quienes se les entregó

material durante el último año, fueron universitarios de carreras como Nutrición, Administración de Empresas, Comercialización, Relaciones Públicas, Ingeniería en Alimentos y Bromatología, entre otras. A ellos les siguieron los de nivel secundario, terciario y por último primario. También, muchos docentes contactaron a la Empresa por información para compartir en el aula con sus alumnos.

Por último, como se hace año a año, se entregaron ejemplares del libro “El Mundo de la Leche”, además de recetarios y otros folletos institucionales.

Sitio Web Institucional

-En www.laserenisima.com.ar, su sitio institucional, recibió 440.206 visitas, un 17% más que en 2010.

-La mayor cantidad de visitas del año se produjo en el mes de julio, contando con un tráfico de más de 47.500 usuarios. -A través del Newsletter más de 27.700 personas recibieron las novedades, informaciones institucionales, saluciones por fechas especiales y recetas.

-Como sucede año a año, el sitio de La Serenísima fue visitado por usuarios de distintas partes del mundo. Este año, el 95% de las mismas fueron argentinas, mientras que el 5% restante correspondieron a otros países: Estados Unidos, Chile, España, Brasil, Uruguay, México, Paraguay y Francia.

Las secciones más visitadas fueron:

- Promociones | 325.993 visitas
- Novedades | 324.365 visitas
- Nuestros Productos | 128.279 visitas
- Contáctenos | 96.362 visitas
- Empresa | 92.081 visitas
- Visitas | 76.883 visitas

-En cuanto a los productos, la Leche Regular Entera Ultrapasteurizada con Calcio fue la más visitada, seguida por la Crema Pasteurizada, la Leche Regular Parcialmente Descremada Ultrapasteurizada Extra Calcio, el Dulce de Leche Colonial de 400 grs. y la Leche Regular Entera Larga Vida Extra Calcio.

- El sitio de Leche y Nutrición recibió un total de 16.961 visitas, lo que representa un 127% más de visitas que en 2011.

- El sitio de Leche y Calidad tuvo 16.747 visitas durante el año, lo que representa un 45% más de visitas que en 2011.

-El sitio Queserísimos recibió en 2011 26.574 visitas

-El sitio Mundo Junior recibió en el mismo año 3.396 visitas

-En el canal oficial de Facebook la empresa cuenta con 43.073 seguidores en 2011

Sistema de Gestión

- Como resultado de las mismas se mantiene la certificación de ISO 9001:2008 hasta Enero de 2014 otorgada BVQI. Los sectores involucrados en la certificación de la Norma ISO 9001:2008 son Recibo de Leche, Plantas de Leche en Polvo N° 4 y 5.
- De la totalidad de las auditorias incluidas en el programa de General Rodríguez (69), todas se han realizado.
- En las plantas clasificadoras el programa incluyó un total de 6 auditorias.
- En el caso de las plantas queseras, las auditorias se realizaron de acuerdo a las fechas estipuladas en el programa de auditoria: Plantas San Luis, Trenque Lauquen y Leubucó.
- Se recibieron 11 auditorias externas distribuidas entre Organismos de Certificación, Autoridades Sanitarias Nacionales y Extranjeras y Clientes (Supermercados y Empresas).
- No se detectan inconvenientes en la realización de las auditorias y se continúa con el envío del informe a la Gerencia Industrial y a la Gerencia de Plantas Clasificadoras.

Desarrollando mejoras en los Procesos

Continuando con la valiosa tarea de los equipos de mejora de procesos, este año trabajaron un total de 26 equipos, con la participación de 211 colaboradores.

Esta actividad da como resultado un valor agregado porque se fomenta el intercambio de ideas donde se genera una ámbito para compartir sus experiencias y unificar metodologías de trabajo para acordar las propuestas de mejoras.

Sector	Descripción	Participantes	Fecha de Inicio	Fecha Estimada de cierre	Estado
1 - Planta Armonía	OCR-Prepac	6	12/10/2010	Mar-2012	En proceso
2 - Planta Armonía	OCR-Empaque	6	12/10/2010	Jul-2012	En proceso
3 - Planta Armonía	5 S Yogur	7	02/11/2011	Mar-2012	En proceso
4 - Botellas Plásticas	OCR-Botellas Plásticas	8	22/05/2009	Jul-2011	Finalizado

5 - Dulce de Leche	Grupo de Seguridad	6	28/06/2010	Abr-2011	Finalizado
6 - Leche Estéril	OCR-TBA-8	7	01/10/2010	Jun-2012	En proceso
7 - Leche Estéril	OCR-Chocolatería	7	27/09/2010	Jul 2011	Finalizado
8 - Leche Estéril	OCR-Serac	9	07/06/2009	Dic-2011	En proceso
9 - Leche Estéril	OCR-Prisma	11	01/11/2009	Dic-2011	En proceso
10 - Leche Estéril	5S-Línea Serac	10	03/06/2011	Dic-2011	En proceso
11 - Manteca	RCA-Benhil 6	3	01/10/2010	Abr-2011	Finalizado
12 - Manteca	OCR	3	11/08/2010	Mar-2012	En proceso
13 - Manteca	OCR – Gasti	8	01/06/2011	Mar-2012	En proceso
14 - Manteca	OCR - B9	8	14/04/2011	Mar-2012	En proceso
15 - Manteca y Crema	Grupo de Seguridad	4	03/03/2010	S/D	En proceso
16 - Manteca y Crema	Consumo de agua	5	27/11/2009	06/08/2011	Finalizado*
17 - Ricotta	OCR-Elaboración Ricotta	8	25/03/2010	Feb-2012	Finalizado
18 - Ricotta	Grupo de Seguridad	6	03/12/2009	Sep-2011	Finalizado
19 - Ricotta - Dulce	RCA-Desplazadores	5	12/07/2010	Abr-2011	Finalizado
20 - Servicios Industriales/compresores	Operaciones con Amoniaco	7	06/08/2009	S/D	En proceso
21 - Ultra-Tratamiento Térmico	OCR-Stork y Tanques	9	21/09/2010	Jun-2012	En proceso
22 - Ultra Envasado	OCR-TBA8	9	20/09/2010	Jun-2011	Finalizado
23 - Ultra Envasado	OCR-Prepac	9	24/09/2010	Jun-2011	Finalizado
24 - Ultra Envasado	RCA – Empaque	7	04/10/2011	S/D	En proceso
25 - Ultrapasteurización	MPL /MPNL	8	16/05/2011	S/D	En proceso
26 - Ultrapasteurización	Consumo de agua	13	28/09/2011	S/D	En proceso

- Los resultados obtenidos fueron informados a la Gerencia Industrial en distintas presentaciones llevadas a cabo por los miembros de los equipos donde nuevamente se genera la oportunidad de enriquecer, fortalecer y compartir las experiencias de cada uno de los participantes con sus pares y superiores.
- Con respecto a los trabajos que se realizaron abordando la metodología 5S donde los colaboradores de los sectores deben aplicar en su lugar de trabajo un sistema de clasificación, limpieza, orden y mantenimiento de estos a lo largo del tiempo. Comenzaron la implementación: La línea Serac en Leche Estéril, elaboración y

envasado de Ricotta, elaboración y envasado de Dulce de Leche, Sala de Mix de Planta Armonía y elaboración de Yogur.

- Además de continuar con diferente grado de avance los siguientes sectores: Laboratorio Armonía, Mantenimiento Taller N° 1, Taller N° 2, Taller N° 3, Taller N° 4 y Mantenimiento Armonía. Se está programando iniciar con estas actividades en los demás sectores.
- De acuerdo a los avances existentes a nivel nacional, en materia de acreditación de laboratorios de análisis de leche cruda bajo la Norma ISO 17025 por el OAA, se trabajó durante todo el año en la implementación para tratar de obtener la acreditación de dicha norma con el alcance desde el ingreso de muestra al laboratorio hasta la emisión del resultado del análisis.

Mastellone Hnos. difunde su accionar y desempeño de todas las actividades que realiza, por medio de su página web: www.laserenisima.com.ar. Dichas actividades además se comunican internamente a través de la revista interna “Entre Nosotros”, folletos con aspectos nutricionales y científicos, boletín informativo y las carteleras de las plantas industriales.

Las inquietudes y dudas de los consumidores respecto de la calidad, atributos, aspectos nutricionales de los productos, se canalizan por medio del Servicio de Información al Consumidor, el Departamento Técnico, el Departamento de Información Nutricional, el Departamento de Visitas y el Departamento de Información Estudiantil de la Compañía.

Además, cada logro vinculado con la calidad se complementa con los medios de comunicación masivos (televisión, gráficas y radio).

¿Dónde pueden sus stakeholders encontrar la CoP -además de en el sitio web del Pacto Global de Naciones Unidas-?

En la web institucional www.laserenisima.com.ar

PRINCIPIO

Principio 3: Apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación laboral.

Principio 4: Eliminar toda forma de trabajo forzoso y obligatorio.

Principio 5: Erradicar el trabajo infantil.

		<i>Principio 6: Eliminar la discriminación en el empleo y la ocupación.</i>
Acciones	Nuestro Compromiso o Política	
	<p>Todo esto se materializa en una conducta concreta: la libre actividad de la representación gremial de base (delegados de sección y comisión interna) mediante el respeto de los derechos de los trabajadores y una política de beneficios que es superadora a los requerimientos legales.</p> <p>Para Mastellone Hnos. el factor humano es uno de los pilares fundamentales de la Compañía, es por eso que resguarda y garantiza el cumplimiento de las normas nacionales y del derecho internacional que protegen a los trabajadores. Trabaja diariamente para identificar cualquier condición insegura de trabajo que pueda atentar contra la salud y la seguridad de las personas en sus puestos y sectores de trabajo.</p> <p>Históricamente no contrata a menores de 18 años. Conforme a lo que prevé la convención de la OIT N°138 relativa a la edad de acceso al trabajo y con la incorporación de la Empresa al Pacto Global, incluyó en su Código de Ética este criterio para la contratación del personal. El compromiso con todas las políticas por parte de proveedores y de prestadores de servicio constituye un criterio de selección.</p> <p>No efectúa ni apoya ningún tipo de discriminación basada en los atributos de raza, color, religión, nacionalidad, género, remuneración, etc. Ofrece la igualdad de oportunidades y de trato sin distinción alguna.</p> <p>Comprometida con la educación y el desarrollo, entrena a sus colaboradores para los nuevos desafíos que impone el mundo globalizado, permitiendo alcanzar los objetivos planteados, a través de la capacitación, la vocación por el trabajo, el esfuerzo y la dedicación.</p>	
	Una descripción breve de nuestros Procesos o Sistemas	
	<p>Desde Mastellone Hnos, los delegados gremiales, estrictamente proporcionales en número tal lo dispuesto por la ley vigente, desarrollan su actividad durante el horario retribuido. La comisión interna tiene acceso directo y constante a los jefes de plantas o sectores, al departamento de Relaciones Laborales y a la Gerencia y Dirección de Recursos Humanos.</p> <p>La empresa integra la Cámara del Centro de la Industria Lechera (CIL), que nuclea a las empresas lácteas teniendo una participación activa con las mismas. A la vez, este</p>	

Centro es signatario del Convenio Colectivo de Trabajo 2/88, entre otras comisiones, tiene formada la comisión laboral, la cual interactúa con el sindicato en temas de regulación de la actividad, negociación salarial y comisión de interpretación.

Mastellone Hnos., desde su área de Mantenimiento, coordina las tareas para llevar a lograr el buen estado de uso todas las máquinas e instalaciones vinculadas a los procesos realizados en la Compañía. Se organiza teniendo en cuenta los siguientes aspectos: planes de mantenimiento predictivos, correctivos y preventivos. Estas actividades se plasman en un sistema computarizado denominado MANTEC, el cual basa su organización, asegurando la mínima ocurrencia de eventos no deseados. Las prioridades de realización de los trabajos se establece en función de la criticidad del equipo, la urgencia requerida, la disponibilidad del equipo, repuestos, etc.

Desde el departamento de Higiene y Seguridad, siguiendo el modelo de Sistema de Gestión basado en la norma OHSAS 18001:2007, trabaja con procedimientos para la identificación permanente de peligros en los puestos y sectores de trabajo. Dependiendo de la criticidad evaluada de los riesgos, surgen planes de acción para tomar medidas preventivas.

Capacita y entrena a todo el personal en materia de prevención de accidentes y al personal integrante de sus Brigadas de Emergencia, con el fin de estar preparados para actuar ante un evento imprevisto, mitigando las consecuencias del mismo.

A través del Departamento de Empleos, tiene por política seleccionar e incorporar al candidato más apto para cada posición, con la única restricción de no emplear a menores de 18 años para tarea alguna. Tanto mujeres como hombres participan de este proceso, determinando la igualdad de oportunidades, en función de las características y de las competencias requeridas para el buen desempeño del mismo.

Para llevar adelante este proceso de selección, realiza un exhaustivo relevamiento de la posición, funciones y tareas a cumplir en el puesto vacante, detalladas en la descripción de cada puesto.

La empresa se preocupa por brindarle a sus colaboradores buenas condiciones de trabajo, una remuneración adecuada; actividades de capacitación y demás beneficios que fortalecen el sentimiento de pertenencia.

La empresa no solo se preocupa por la preparación y la formación de sus colaboradores, sino que también vela por los contratistas que realizan trabajos en sus plantas para lo cual se desarrollan actividades específicas.

La empresa exige a todo el personal contratista que desarrolle actividades en cualquiera de sus plantas, la presentación de toda la documentación laboral que lo habilite a trabajar en relación de dependencia.

Por lo expuesto, Mastellone Hnos. fortalece su compromiso con los derechos laborales

a través de sus propios principios y valores, que se reflejan en el quehacer diario de todos los que hacen la Compañía.

Actividades emprendidas en el último año / planificadas para el próximo año

De acuerdo a los compromisos enunciados se realizaron las siguientes acciones durante el año 2011:

Relación Gremial

*En el nuevo contexto de las relaciones gremiales de la Argentina, Mastellone Hnos. focalizó la gestión de Recursos Humanos en el mantenimiento del dialogo de manera permanente con el objetivo de facilitar el acercamiento de la Organización Sindical y la Empresa. Las relaciones laborales se orientaron a incorporar medidas en sentido de la solidaridad del grupo, la búsqueda de optimización de beneficios, la organización del trabajo y la consulta y resolución de conflictos, promoviendo las relaciones cordiales entre ambas partes. Además de lo mencionado, se mantienen los principios de libertad de asociación y de cooperación continua y apoyo mutuo.

*Porteño Atlético Club: en concordancia con las acciones desarrolladas, durante el año 2011 respecto a beneficios al personal y la realización de actividades en conjunto con el gremio, se continuó con el convenio existente con el Porteño Atlético Club. El objetivo es brindar un espacio de esparcimiento para la familia y la recreación de actividades deportivas.

Actualización Salarial

Este año la industria láctea, nuevamente benefició a sus empleados con uno de los porcentajes de aumento salarial más significativos del mercado laboral argentino.

Situaciones de Riesgo para la salud de las personas

Partiendo de la premisa de que todos los accidentes son evitables, investiga y analiza todos los incidentes y accidentes de trabajo, del mismo modo que los accidentes materiales, de manera de averiguar las causas que lo originaron y tomar acciones para evitar su reiteración.

Continúa trabajando con la modalidad de los grupos interdisciplinarios de trabajo en las plantas y/o sectores con mayor siniestralidad, relevando las actividades que realiza el personal día a día con el fin de detectar posibles oportunidades de mejora y concientizándolo respecto al trabajo seguro.

Se comenzó durante el año 2011 a focalizar la capacitación en los supervisores y encargados, brindándoles herramientas para poder llevar a cabo acciones de prevención de accidentes en sus sectores de trabajo e incentivar al personal a su cargo a detectar fuentes de peligro y sugerir medidas preventivas.

Adicionalmente, se realizaron cursos de uso seguro de herramientas, manejo seguro de autoelevadores y carretas eléctricas, levantamiento de cargas, trabajo en altura y espacios confinados, además de las capacitaciones con temáticas generales sobre prevención de accidentes laborales.

De manera de llevar un seguimiento de la eficacia del trabajo realizado, cada grupo de trabajo fija objetivos cuantificables, partiendo de los indicadores de siniestralidad comúnmente utilizados por los organismos de control y aseguradoras de riesgos del trabajo.

Por otro lado, cada planta lleva un Plan de Mejora, el cual es alimentado con medidas preventivas que surgen de los grupos de trabajo y medidas correctivas que surgen de eventos, incidentes o accidentes. Dichos planes, se actualizan periódicamente y en ellos figuran los responsables del seguimiento de las tareas y los plazos estimados para su realización.

Toda la información en lo que respecta a prevención de accidentes, los documentos de relevamientos de Riesgos, los resultados obtenidos así como los procedimientos ante emergencias, son difundidos y están al alcance de todo el personal de la Compañía.

Tal como se había estipulado y adelantado en el informe del período anterior, durante el año 2011, se comenzó a capacitar al personal que concurre a trabajar en bicicleta, motocicleta o auto sobre conceptos de Manejo Defensivo. Esto con el fin de evitar tanto los accidentes “In-Itínere” (ocurrido en el trayecto entre el domicilio y el trabajo y viceversa) como los accidentes de trabajo de quienes utilizan estos vehículos como medio de transporte para realizar sus actividades laborales. (Debajo se detalla la Campaña de Accidentes Viales).

Campaña de Accidentes Viales

En el año 2011, se llevó a cabo la Campaña teniendo en cuenta el objetivo planteado “difundir hábitos de conducción y actitudes de manejo defensivo” que fomentan el comportamiento seguro entre los empleados de la Empresa. Para ello, se llevaron a cabo charlas de Conducción de autos, motos y bicicletas, a cargo del personal de CESVI Argentina (Centro de Experimentación y Seguridad Vial Argentina S.A.). Además, se publicaron notas en la revista Entre Nosotros, afiches en carteleras y boletines informativos con contenidos referidos a la temática, entre otras acciones.

Se detallan las acciones implementadas a lo largo del año:

CURSOS

-Manejo Defensivo de motos y bicicletas. Dictado por CESVI Argentina.

-Manejo Defensivo de autos y camionetas. Dictado por CESVI Argentina.

-Conducción de autoelevadores.

PIEZAS DE COMUNICACIÓN

- Afiches | Invitación a participar de las charlas (Cartelera General Rodríguez).
- Afiches | Manejo Defensivo de motos (enviados por CESVI Argentina).
- Folletos | Manejo Defensivo (entregados a todos los participantes luego de cada charla).
- Nota de revista | Artículos relacionados con la Campaña: manejo defensivo, indicadores de riesgo-recomendaciones, accidentes en motos y tips de seguridad vial en general.
- Boletines Informativos | Contenidos: estrategias para evitar accidentes, posiciones de manejo, distancia entre vehículos, distracciones al volante, conducción de motos: mantenimiento básicos de motos, la importancia de ser visto y tips viales, entre otros.
- Tarjetones | Para transportistas (normas de circulación interna de vehículos).
- Carteles | Accesos a las plantas con normas establecidas de circulación interna de vehículos (obligaciones, prohibiciones, velocidad permitida, entre otras).
- En el resto de las plantas se replicaron algunas acciones implementadas (envío de material gráfico para las cartelera, notas en la revista, los boletines informativos, tarjetones para transportistas y carteles de acceso a las plantas).

Considerando que los accidentes viales son una de las principales causas de muerte en nuestro país, es intención de la Empresa seguir promoviendo prácticas de manejo defensivo a todos sus empleados y especialmente en los establecimientos o sectores de la Compañía donde se registra la mayor cantidad de accidentes en la vía pública.

Contra el Trabajo Infantil

Como miembro activo de la Red de Empresas contra el Trabajo Infantil, perteneciente a la Comisión Nacional para la Erradicación del Trabajo Infantil (CONAETI), Mastellone Hnos. no acepta dentro de su plantel de empleados a menores de 18 años. Asimismo, participa de las campañas organizadas por las entidades anteriormente mencionadas con el fin de concientizar sobre la prevención y erradicación del trabajo infantil.

Para cumplir con el objetivo de concientizar lleva a cabo, a través de los distintos medios de comunicación interna, campañas en contra del trabajo infantil. Hace extensivo este principio a proveedores por medio de la entrega del Código de Ética de la empresa, que contiene los valores y lineamientos necesarios para su contratación.

Inclusión de personas con dificultades visuales

Desde abril del año 2005, la Empresa trabaja con un panel sensorial externo a cargo de la Consultora STG. Este panel está conformado por personas con visión disminuida o no videntes especializadas en el análisis sensorial (olfativo y gustativo) de productos. El grupo es liderado por un profesional vidente entrenado para tal fin.

Mastellone Hnos. desarrolla este programa sostenido por una necesidad mutua, ya que poner en acción el Panel no sólo es generar oportunidades de trabajo adecuadas para personas con dificultades visuales, a las cuales le mejora su calidad de vida, sino poder dar provecho a su mayor sensibilidad gustativa y olfativa.

Los aspirantes a integrar el panel, pasaron por un proceso de selección a cargo del personal del Laboratorio Central, para el análisis de las diferentes familias de productos: leches fluidas, leche en polvo, jugos, leche chocolatada, quesos, crema, manteca, dulce de leche, ricotta, yogur bebible, etc. A partir de la performance obtenida durante esta etapa, se obtuvieron 11 analistas calificados con posibilidad de integrar el panel.

Actualmente este funciona integrado por un mínimo de siete evaluadores, sumando al líder del panel.

El análisis se realiza en dos sesiones semanales en las que el panel evalúa muestras adquiridas en comercios, ya sea en los hiper o supermercados y comercios pequeños. También incluye muestras que han permanecido en la empresa conservadas en las condiciones recomendadas para su consumo. Esto tiene por objetivo evaluar si los desvíos sensoriales que el panel indica son o no consecuencia de condiciones inadecuadas de conservación. Para el análisis aplica técnicas de evaluación estandarizadas y normalizadas de la Federación Internacional de Lechería (FIL) y del Instituto Argentino de Racionalización y Medidas (IRAM). Por su parte, la empresa participa en una de las sesiones semanales, la misma es realizada por una persona de la empresa que integra el panel, responsable de monitorear y recalificar tanto a los panelistas como al líder del panel.

Si bien la empresa encontró un espacio altamente competente a la hora de evaluar sus productos, los integrantes del panel accedieron a un trabajo digno, en el cual se valora su condición, siendo esto un camino para su desarrollo laboral y personal.

Capacitación de Personal

Continuando con el desafío y compromiso asumido de educar y colaborar en la formación de todos nuestros colaboradores.

Mastellone Hnos. mantiene como objetivo primordial para permanecer a la vanguardia de los cambios tecnológicos y culturales: el entrenamiento, la formación y la capacitación de su gente siendo este uno de los ejes fundamentales de la mejora continua.

La política sostenida de Capacitación, permite que el personal tenga aptitudes para adaptarse continuamente a los cambios, como también, que se desarrolle de manera óptima las habilidades para desenvolverse en su puesto.

Para dar continuidad y cumplimiento a los objetivos de la Política de Calidad y Medio Ambiente, “Capacitar y entrenar a nuestro personal”, durante este período reforzó la toma de conciencia sobre temas puntuales de calidad, eficiencia, seguridad, seguridad alimentaria, producción, mantenimiento y protección del medio ambiente, durante todo el año 2011.

Se modificó nuevamente el procedimiento específico de capacitación MH-PE-RHC-001 para adaptarlo a las necesidades puntuales, generando mejoras operativas y se planteó como punto de mejora una nueva revisión para el 2012 donde se analizarán nuevamente las metodologías del proceso de enseñanza-aprendizaje instalado en Mastellone Hnos.

Se continuó con el armado de los planes de formación por puesto, revisando en primera instancia los que se encuentran vigentes en el sistema e incorporando en estas revisiones los requerimientos de capacitación 2012, la política de calidad y los objetivos que de ella se desprenden. Además, se continúa teniendo como fuente de detección de necesidades, lo consignado en las evaluaciones de desempeño inicial y anual.

Durante 2011 se llevaron a cabo capacitaciones en torno a diversas temáticas: Negociación, Habilidades de Conducción, Lechería Básica, Buenas Prácticas de Manufactura, Liderazgo, Manejo Seguro de Carretas Eléctricas, Trabajando con Valores, Manejo Seguro de Autoelevadores, Manejo defensivo de autos y camionetas, Electrónica Básica, Medio Ambiente, capacitaciones dirigidas a los proveedores, así como también la gestión que implica la tramitación de Becas de estudio a nivel de grado y posgrado.

Programa de Pasantías

Gracias a las modificaciones incorporadas en la Ley Nro. 26427 del Sistema de Pasantías Educativas, en los últimos meses del año se dio inicio a un nuevo programa destinado a jóvenes estudiantes que se encuentran avanzados en sus carreras de grado. El objetivo es brindarles a los futuros profesionales la posibilidad que realicen prácticas complementarias a su formación académica incorporando saberes, habilidades y actitudes vinculados a situaciones reales del mundo laboral. Se prevé intensificar la cantidad de pasantes durante el 2012.

Beneficios para el personal

La política de beneficios de Mastellone Hnos. continúa sumando acciones año tras año con la intención de ofrecer cada día un mejor contexto donde desarrollar las tareas, mejorar el ambiente laboral y la calidad de vida de los colaboradores y su núcleo

familiar.

El año 2011 se caracterizó por el incremento de la cantidad de colaboradores alcanzados por los beneficios y por la incorporación de otros nuevos. Entre los que podemos mencionar:

*Préstamos personales con tasas preferenciales en comparación con las entidades del mercado financiero nacional.

*Sorteo de computadoras Hewlett Packard modelo Omni 100-5211la para el Día del Niño para todos los empleados con hijos de hasta 13 años de edad (notebook o pc a elección del empleado). También se hizo entrega de kits con golosinas para cada niño y la opción de kits diferenciados para niños celíacos.

*Al comienzo de cada nuevo ciclo lectivo se lleva a cabo la entrega de Mochilas, útiles escolares y guardapolvos para los hijos de los trabajadores que cursen hasta el 6to. grado de la Enseñanza Primaria Básica.

*Cada fin de año se hace entrega de una canasta con productos Navideños, compuesta de alimentos y bebidas, para festejar las fiestas. Las canastas contemplan productos aptos para celíacos.

*Edición bimestral de la Revista Interna “Entre Nosotros” de entrega gratuita y personalizada, donde se informa al personal sobre la actualidad de la Empresa y futuros lanzamientos.

*En el día del aniversario de nacimiento de cada empleado se le hace entrega de un obsequio que va variando año tras año. Durante el 2011 se hizo entrega de binoculares. Los obsequios son personalizados, lucen impresos el nombre del empleado y el logo de la empresa.

*Mastellone Hnos. brinda a sus empleados cobertura médica a través de una empresa de medicina privada.

*Refrigerio diario sin cargo para el personal que incluye variedades para los celíacos. Mastellone Hnos. le brinda a su personal opciones varias de forma gratuita que renueva permanentemente. En el transcurso del año, se extendió el beneficio del refrigerio en las plantas de Villa Mercedes (Provincia de San Luis), Trenque Lauquen, Leubucó, Mercedes y Junín (Provincia de Buenos Aires) y Rufino (Provincia de Santa Fe). También se incluyó en este beneficio al personal perteneciente a empresas contratadas que desarrollan tareas de forma permanente en la planta.

El comedor de Planta General Rodríguez cuenta con el asesoramiento de nutricionistas, quienes supervisan la confección de los menús disponibles al personal, además de realizar campañas de concientización sobre la alimentación.

*En el año 2011, a través de un acuerdo se comenzó a pagar a todos los repositorios y

preventistas un adicional en concepto de refrigerio y otro adicional en concepto de movilidad por traslados. En los primeros meses del 2012, se da inicio a un nuevo beneficio para los preventistas: premio por cumplimiento de objetivos establecidos.

*Ajuar por nacimiento de hijos y suma fija de dinero en caso de contraer matrimonio.

*Cajero automático en planta para evitar el traslado del personal para cobrar la remuneración, asegurarse que la extracción se realice con seguridad y facilitar la realización de trámites personales. Durante el 2011, se incorporó otro cajero automático en la Planta General Rodríguez para facilitar las extracciones.

*Máquinas de café y Snacks en todos los sectores, para el consumo de los empleados. En el 2011, se extendió este beneficio a empleados de empresas contratadas que realizan tareas permanentes en las plantas.

*Heladeras con productos de elaboración propia para consumo interno. Se puede acceder a los mismos en cualquier planta o depósito sin costo ni límite alguno.

*Compra de Repuestos y contratación de seguro para el automóvil a través de Con-Ser S.A. y Marca 5 S.A., promotor de seguros, que a su vez ofrece seguros de vida.

*Adquisición de productos elaborados por la Compañía a precio preferencial.

*Campaña de Vacunación Antigripal. Acceso a vacuna antigripal trivalente sin costo para los empleados.

La política de beneficios de Mastellone Hnos. sigue sumando acciones año tras año con la intención de ofrecer cada día un mejor contexto mejorar el ambiente laboral y la calidad de vida de los colaboradores y su núcleo familiar.

Sistema de Gestión

De acuerdo al *objetivo N° 7* de la Política de Calidad y Medio Ambiente, se continúan llevando a cabo las siguientes acciones:

Para todos los proveedores que presten servicios a Mastellone Hnos., la Empresa tiene establecida una serie de requisitos, los cuales deben ser cumplidos por los proveedores previos al desarrollo de sus actividades. Como medida para monitorear el cumplimiento de los mismos, dicha información se vuelca a un Sistema Electrónico que controla el ingreso a los establecimientos de la Compañía.

El propósito es garantizar que los proveedores ingresantes cuenten con las medidas de seguridad y medioambientales acordes a la actividad realizada y asegurar que todo el personal se encuentra dentro del marco legal correspondiente. De esta manera, aquellos que no cumplan con la documentación correspondiente tendrán restringido su ingreso.

Como herramienta de fortalecimiento para la concientización de contratistas,

	<p>Mastellone Hnos. confeccionó un material que incluye los temas de Calidad, Medio Ambiente y Seguridad (CA-FO-IIC). En el mismo se detallan los cuidados que estos deben tener para asegurar la ejecución de la tarea de manera segura, determinando cuales son las actividades que impactan al medio ambiente y los cuidados a tener en cuenta; así como el estricto cumplimiento de las normas de higiene para garantizar la calidad de nuestros productos. El folleto es entregado de forma personalizada en la portería de planta, previo al ingreso a la empresa.</p> <p>Como punto de partida, realiza charlas para el personal contratista con el fin de transmitir estos conceptos y distribuye el material. Además de ello, para aquellos contratistas que trabajan permanentemente en planta, realiza actividades de capacitación en Buenas Prácticas de Manufactura y Gestión Ambiental, de igual forma que la realizada para el personal propio de Mastellone Hnos.</p>
Resultados	<p>Medición de resultados (esperados) y valor agregado a nuestra compañía</p>
	<p><u>Relación Gremial</u></p> <p>*Mastellone Hnos. continúa con su política de apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación laboral. Reflejo de lo mencionado es el alto índice de personal afiliado y no existencia de medidas gremiales contra la Compañía durante el 2011. El personal afiliado alcanzo la cantidad 2.121 empleados contra los 1.773 de diciembre del 2010 (Incremento del 20%). El personal alcanzado por el convenio 02/88 paso de 2.450 a 3.212 representando un incremento del 31%.</p> <p>*Porteño Atlético Club: durante el 2011 se alcanzó la totalidad de 350 socios titulares que representan, con el respectivo grupo familiar, los 1.021 socios que gozan de las instalaciones del Club.</p> <p><u>Actualización Salarial</u></p> <p>Mastellone Hnos. como participante activo en las negociaciones paritarias 2011, acompañó el acuerdo alcanzado de un incremento del 37% de los salarios básicos.</p> <p><u>Situaciones de Riesgo para la salud de las personas</u></p> <p>-El índice de Incidencia de la Compañía (cantidad de accidentes de trabajo al año por cada 1000 (mil) trabajadores expuestos), bajó un 15% respecto al período anterior y representó el valor más bajo desde que se lleva registro de este indicador.</p> <p>- Respecto a los accidentes en la vía pública, se observa una reducción de aquellos ocurridos en motocicleta durante el año 2011 y una tendencia decreciente proyectada para el año 2012, en el caso de los otros medios de transporte.</p> <p><u>Campaña de Accidentes Viales</u></p>

A continuación se detallan los resultados de las acciones implementadas:

CURSOS	CANTIDAD DE CURSOS	PARTICIPANTES
Manejo Defensivo de motos y bicicletas Dictado por CESVI Argentina.	3	54
Manejo Defensivo de autos y camionetas Dictado por CESVI Argentina.	9	166
Conducción de autoelevadores	8	103

PIEZAS DE COMUNICACIÓN	CANTIDAD
Afiches Invitación a participar de las charlas (Cartelera General Rodríguez).	27
Afiches Manejo Defensivo de motos (enviados por CESVI Argentina).	30
Folletos Manejo Defensivo (<i>entregados a todos los participantes luego de cada charla</i>).	
Nota de revista Artículos relacionados con la Campaña: manejo defensivo, indicadores de riesgo-recomendaciones, accidentes en motos y tips de seguridad vial en general.	5
Boletines Informativos Contenidos: estrategias para evitar accidentes, posiciones de manejo, distancia entre vehículos, distracciones al volante, conducción de motos: mantenimiento básicos de motos, la importancia de ser visto y tips viales, entre otros.	12
Tarjetones Para transportistas (normas de circulación interna de vehículos). 400 para las porterías de General Rodríguez y 100 para las del Interior.	500
Carteles Accesos a las plantas con normas establecidas de circulación interna de vehículos (obligaciones, prohibiciones, velocidad permitida, entre otras).	17
<ul style="list-style-type: none"> • En el resto de las plantas se replicaron algunas acciones implementadas (envío de material gráfico para las cartelera, notas en la revista, los boletines informativos, tarjetones para transportistas y carteles de acceso a las plantas). 	

Contra el Trabajo Infantil

Campañas graficas de concientización realizada en forma interna en la empresa a través de cartelera y revista de comunicaciones internas.

Realizó donación de 100 Kg. de leche en polvo para el “Proyecto Jardines de Cosecha”, espacio para atención de niños pequeños de la zona tabacalera de Salta y Jujuy, conformado a partir de la alianza de empresas de la Red.

Reclutamiento de Personal

Las fuentes que utiliza para reclutar personal en el año 2011 fue de: 9% Universidades, 49% de Agencia, 20% de Avisos, 3% de otras fuentes y 19% de personal de servicios de terceros. Si bien mantiene las mismas fuentes de reclutamiento, incrementó la búsqueda por agencias y avisos.

En el año 2011 de un total de 443 ingresos, 18 fueron de sexo femenino.

Inclusión de personas con dificultades visuales

La recalificación del panelista es anual y consiste en la presentación y reconocimiento de los posibles defectos en las diferentes matrices. Para esto, se entrenan debiendo alcanzar cada uno de ellos una performance adecuada para poder seguir integrando el panel.

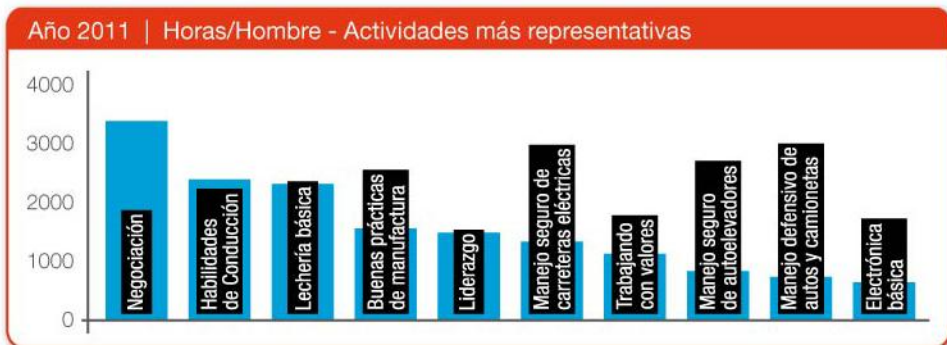
Durante el año 2011, se mantuvieron los mismos panelistas que el 2010, asegurando la fuente de trabajo y aprovechando la experiencia adquirida en el último año.

Número de sesiones sensoriales/año: 102

- Cantidad de muestras promedio por sesión: 48 (aprox. 410/mes)
- Total anual de muestras ensayadas: 4938
- Familia de productos y cantidad de muestras ensayadas/año:
 - Productos lanzados en el 2011 incluidos en el monitoreo: Serecol Café con leche, Junior sabor Frutimix y Chocolate blanco con cereales y Queso Finlandia Cheddar light.

Capacitación de Personal

Favoreciendo la política de Capacitación de Mastellone Hnos., durante el año 2011 se realizaron 1.064 cursos de capacitación donde concurrieron un total de 6.955 personas y se dictaron 5.623 horas de curso.



Cabe mencionar que la mayoría de las actividades, incluyendo los temarios, el material de apoyo y las metodologías didácticas utilizadas, son desarrolladas a medida. Este año, la realización de las actividades con instructores internos superó el 75 %, el valor más alto de los últimos 11 años. El resto fue dictado y desarrollado por diversos profesionales de consultoras, institutos y universidades altamente reconocidas.

Programa de Pasantías

El programa se puso en funcionamiento en los últimos meses del año sumando 4 estudiantes.

Beneficios para el personal de Mastellone Hnos.

Detalle de Beneficio	2011	\$	2010	\$
Préstamos personales (1)	455	2,470,500.00	496	1,290,600.00
Computadoras	48		45	
Kit de Golosinas	2891		2596	
Kit Escolares	1199		1199	
Cajas Navideñas	3700		3286	

	Revista Bimestral (2)	3289	3020
	Obsequios de Cumpleaños (1)	3216	3024
	Cobertura de Salud (3)	14704	13543
	Refrigerio Gral. Rodríguez (4)*	1120	1015
	Refrigerio Deposito Albariños (5)	1074	856
	Refrigerio Planta Junín (5)	676	-
	Refrigerio Planta Mercedes (5)	484	-
	Refrigerio Planta San Luis (5)	4050	-
	Refrigerio Planta Trenque L. (5)	5470	-
	Refrigerio Planta Leubucó (5)	2710	-
	Ajuares de Nacimiento (1)	216	181
	Obsequio de Casamiento (1)	46,876.00	38,307.60
	Café & Snacks (1)	945,104.95	746,883.27
	Productos Consumo Interno (1)	327,238.91	260,035.00
	Sistema de Seguros	448	353
	(1) Cantidades y montos anuales		
	(2) Cantidades bimestrales		
	(3) Cobertura titular + Flia.		
	(4) Cantidades diarias		
	(5) Cantidades mensuales		
	*Monto anual Inv. \$3.093.691.18		
	<u>Sistema de Gestión</u>		
	*Con respecto a la <i>capacitación de contratistas</i> Mastellone Hnos. continúa con las acciones implementadas. Se desarrolló e incorporó la entrega y comprensión del folleto de inducción de contratistas CA-FO-ICC en la Planta Trenque Lauquen (7 folletos entregados).		

	<p>El desempeño de dichas acciones se comunica a través de la revista interna “Entre Nosotros”, el boletín informativo, folletos y las carteleras institucionales.</p> <p>Además difunde las acciones a través de la página web: www.laserenisima.com.ar, canalizando todo tipo de inquietudes y consultas que puedan surgir.</p>
--	--

¿Dónde pueden sus stakeholders encontrar la CoP -además de en el sitio web del Pacto Global de Naciones Unidas-?
En la web institucional www.laserenisima.com.ar

PRINCIPIO	<p><i>Principio 7: Aplicar enfoques orientados al desafío de la protección medioambiental.</i></p> <p><i>Principio 8: Fomentar una mayor responsabilidad medioambiental.</i></p> <p><i>Principio 9: Facilitar el desarrollo y la divulgación de tecnologías respetuosas con el medioambiente.</i></p>
Acciones	<p>Nuestro Compromiso o Política</p> <p>Mastellone Hnos. asume el compromiso como empresa nacional, ligada al desarrollo del país y crecimiento de su gente, que sus procesos de elaboración de productos lácteos, distinguidos por su calidad y satisfacción de los requerimientos de sus consumidores, se realicen en el marco de las buenas prácticas para el logro del desarrollo sustentable. Es así que, su Política de Calidad y Medio Ambiente, como así también su Código de Ética reflejan este compromiso, integrando a todos los empleados, proveedores y comunidad en las acciones para su logro.</p> <p>Otro fuerte compromiso vinculado con la temática ambiental, lo constituye su interés hacia la generación de una mayor conciencia ambiental, no solo de su gente, sino de la comunidad en general. Entendiendo que solo a través del compromiso de todos, se puede llegar al logro de un desarrollo sustentable que permita a cada generación satisfacer sus necesidades actuales, sin comprometer los recursos y posibilidades de las futuras generaciones. Para ello funda alianza allí donde considera que los esfuerzos se potencian, incrementando la posibilidad de alcanzar el objetivo buscado.</p>

Estos compromisos, sumados a la calidad de productos que elabora y las actividades que desarrolla en beneficio de la comunidad, son los pilares que la sostienen a través de los años enmarcándose como una empresa socialmente responsable.

Una descripción breve de nuestros Procesos o Sistemas

Su estrategia de negocio es la transparencia de sus operaciones, motivo por el cual y basados en su responsabilidad empresaria, implementa Sistemas de Gestión “Certificables”, como las Normas Internacionales ISO 9001 e ISO 14001. Consecuentemente, desde las áreas de Gestión, Ambiente, Mantenimiento, Ingeniería y Servicios junto al área Industrial, adopta medidas, acciones y/o herramientas que, plasmadas en instructivos y procedimientos “auditable”, apuntan al control de los aspectos más significativos de cada proceso, como así también, a la implementación de tareas para el logro de la mejora continua.

Dada las características de su actividad, las acciones vinculadas a la protección del recurso hídrico como a la correcta disposición de sus residuos se constituyen en los aspectos esenciales de su gestión ambiental y las mismas deben adecuarse a las situaciones del momento, año tras año, buscando la implementación de las mismas en todas las áreas de la Compañía.

A fin de estar a la vanguardia en lo que a Desarrollo Sustentable se refiere, es miembro activo del Consejo Empresario para el Desarrollo Sustentable, a través del cual, colabora con los Organismos de Gobierno para el análisis de las problemáticas nacionales, brindando su visión sectorial en los proyectos normativos propuestos en busca de una solución.

Vinculado con su Responsabilidad Social Empresaria ligada específicamente a los temas ambientales pone en práctica proyectos que puedan integrar a parte de la comunidad con el objetivo de mejorar la calidad de vida de quienes participen del mismo.

Actividades emprendidas en el último año / planificadas para el próximo año

Durante el año 2011 se continuaron y profundizaron las actividades vinculadas con:

- 1) *Aplicar enfoques orientados al desafío de la protección medioambiental.***

Complejo Industrial General Rodríguez

Detección y toma de acción para la protección del recurso hídrico

Consumo de agua. Bajo la consigna de “mejora continua” en el uso eficiente del consumo de agua, se han implementado diversas acciones con el objeto continuar en la optimización del uso del recurso hídrico, en consecuencia, en el menor impacto posible sobre dicho recurso, dado el aumento de la producción proyectado. Dichas acciones, han devenido en

una disminución en el consumo de agua de pozo y aumento en el uso de agua reciclada.

Medidas implementadas para reducir los consumos de agua

- Reducción de los tiempos de enjuague en distintas instalaciones.
- Utilización de agua de condensados.
- Automatizaciones.
- Reutilización de agua.
- Recupero de agua.
- Modificación en la frecuencia de lavados.
- Modificaciones en equipos.

1.2. Generación de efluente líquido. Sumada a las acciones que han implementado los distintos sectores del Complejo Industrial con el objeto de disminuir el consumo de agua, se profundizó la tarea de disminuir las pérdidas en los procesos y consecuentemente mejorar la carga orgánica y química que posteriormente será degradada y oxidada por el sistema de tratamiento constituido por lagunas de estabilización biológicas.

Medidas implementadas para reducir la Carga Orgánica

- Recupero de enjuagues, purgas y prelavados.
- Recolección de enjuagues.
- Evitar vuelcos.
- Modificaciones de operaciones.
- Eliminación de purgas.

Medidas implementadas para reducir la Carga Química

- Reutilización de soluciones de limpieza.
- Utilización de agua ablandada.
- Modificación de frecuencia de lavado.
- Actualizaciones de CIP.
- Adición de instalaciones.

2) Fomentar una mayor responsabilidad medioambiental.

Incorporación de programas/acciones tendientes a fomentar una mayor responsabilidad ambiental

2.1. Programas para el personal

En el Complejo Industrial General Rodríguez y con miras a repetir en otras plantas industriales de la Compañía, se desarrollaron programas tendientes a fomentar una mayor responsabilidad medioambiental en su gente a través de la implementación de

herramientas para el reciclado de distintos tipos de residuos sólidos.

2.1.a. Campaña de Reciclado de Envases post consumos

Se continuó con el compromiso propuesto a los empleados que voluntariamente deseen colaborar, permitiendo que traigan de sus hogares al Complejo Industrial General Rodríguez, envases post consumo acondicionados¹ (limpios y aplastados) a fin de ser destinados a las Plantas Sociales de CEAMSE. Donde recolectores informales realizan tareas de separación/ clasificación de residuos para su posterior venta y reciclado. Aportando a la reducción de residuos que diariamente se destina a un relleno sanitario, sin dejar de lado el aporte económico que significa la venta de residuos reciclables para quienes trabajan en las plantas sociales.

¹ Potes Plásticos (DL, Quesos, Crema y Manteca y botellas plásticas de lecha) - Botellas Plásticas de Gaseosa, jugos y/o Agua Mineral y Envases tetra de jugos o leche).

2.1.b. Reciclado de Vasitos plásticos

Mastellone Hnos. tomó la decisión de continuar con la tarea de reciclado. Sin fines de lucro y con intenciones de sumar a la participación voluntaria, desde el año 2011 y a la fecha, invitó a la totalidad empleados administrativos y a los sectores productivos y de mantenimiento del Complejo Industrial General Rodríguez a participar de dicha actividad.

2.2. Información para los consumidores

Mastellone Hnos. consciente de la relevancia que implica la conservación de los bosques como fuente de oxígeno y biodiversidad para la población actual y generaciones venideras, ha incorporado en los envases tetra brik que así lo ameriten, el sello FSC (Forest Stewardship Council - Consejo de Administración Forestal). En vistas a que la principal materia prima de dichos envases es la fibra de papel - procedente de la madera-, la obtención de este sello certifica que los componentes forestales utilizados para fabricarlos proceden de un bosque -o plantación- donde se ha realizado una gestión forestal ambientalmente responsable, socialmente beneficiosa y económicamente viable. De esta manera, a través del envase se intenta fortalecer el concepto de responsabilidad medioambiental en el consumidor.

3) *Facilitar el desarrollo y la divulgación de tecnologías respetuosas con el medioambiente.*

Durante el año 2011 se implementó una Campaña de Uso Eficiente de la Energía.

Con el fin de modificar hábitos en el “uso de la energía”, en el año 2011 Mastellone Hnos. ha implementado una Campaña que promueve el consumo en forma racional. Entendiendo como tal no una restricción, sino un manejo eficiente que implica el uso estrictamente necesario con el fin último de evitar desperdicios. Para ello, se trabajó con referentes de cada sector y con intenciones de promover en el resto de los empleados las prácticas sustentables que permiten una reducción del consumo, utilizando diversos canales de

Resultados

comunicación: boletines informativos, charlas informativas, carteleras, revista interna y folletos informativos.

Se ha trabajado principalmente en el cambio de iluminación, reemplazando la existente por otra de bajo consumo, alcanzando así un ahorro en el consumo de energía, y por lo tanto un uso eficiente.

Durante el año 2011, en la Planta General Rodríguez se procedió al recambio de lámparas mezcladoras, de vapor de mercurio, tubo fluorescente, halógenas y/o de sodio por otras de bajo consumo.

En la Planta General Rodríguez se encuentra en etapa de análisis la luminaria de tipo LED (Diodos Emisores de Luz), ofrecida por diversos proveedores. Se incluyeron leds en la iluminación de las oficinas del SIC, en reemplazo del sistema de iluminación habitual, con lo que se consiguió menor cansancio visual, ahorro de energía y menor contaminación el medio ambiente. Por su durabilidad, resulta también un sistema más económico y a largo plazo. Mientras que en la Planta Armonía ya se han efectuado ensayos con este tipo de luminaria.

En el resto de las plantas se replicaron algunas acciones implementadas (envío de material gráfico para las carteleras, notas en la revista y los boletines informativos).

Medición de resultados (esperados) y valor agregado a nuestra compañía

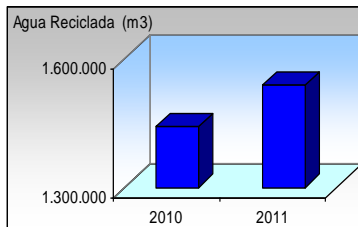
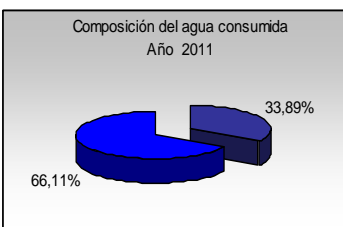
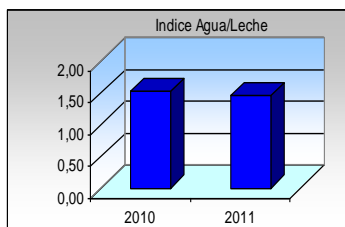
Como resultado de las acciones implementadas:

1.1. Consumo de agua

Como resultado de las distintas acciones parciales implementadas en el Complejo Industrial de General Rodríguez y en post del uso eficiente del recurso hídrico, se han logrado mejoras importantes respecto al año 2010. Las mismas se vinculan con el aumento en la utilización de agua reciclable y disminución del índice Agua / Leche. A continuación se detalla dicha evolución:

Consumo de agua.

	Año 2010		Año 2011		Diferencias en Consumos '10 - '11	
Agua Consumida / Composición	(m3/año)	%	(m3/año)	%	(m3/año)	%
Total Agua Consumida (Extracción de napa, agua reciclada (reutilizada / recuperada (3)	4.421.053	100	4.537.968	100	116.915	2,64
Total de Agua Reciclada	1.440.490	32,58	1.537.949	33,89	97.459	6,77
Total Extracción de Agua	2.980.563	67,42	3.000.019	66,11	19.456	0,65



1.2. Generación de efluente líquido

En lo que respecta a la disminución del aporte en la carga orgánica y química en el efluente líquido, los resultados se ven reflejados en la baja concentración de la DBO y la DQO del efluente que ingresa al sistema en el último semestre del año 2011 debido a que la mayor cantidad de medidas fueron implementadas a comienzos de agosto ese año.

Evolución del efluente que ingresa al sistema

Entrada al Sistema	Mar '11	Jul '11	Sep '11	Dic '11
DBO (mg/l)	1.946	1.886	1.861	1.517
DQO (mg/l)	3.407	3.253	3.278	2.627

2) Incorporación de programas/acciones tendientes a fomentar una mayor responsabilidad ambiental

2.1.a. Campaña de Reciclado de Envases post consumos

El acopio de los residuos se realiza en el Complejo Industrial de General Rodríguez en cestos identificados y destinados exclusivamente para tal fin.

Año 2010	Año 2011	Mejora
775 kgs	853 kgs	10 %

2.1.b. Reciclado de Vasitos plásticos

El acopio de los residuos de vasos plásticos se realiza en el Complejo Industrial de General

Rodríguez. Durante el año 2011 Mastellone Hnos. ha enviado a reciclar:

Año 2010	Año 2011	Mejora
1853 Kgs.	2692 kgs.	45 %

2.2. Información para los consumidores

Durante el año 2011, el número de envases puestos en el mercado con el sello FSC Mixed Sources tuvo un incremento del 8% respecto a 2010, alcanzando las 85.900.699 unidades.

2) Desarrollo de tecnología respetuosa con el medioambiente.

A los efectos de lograr la toma de conciencia de las personas, se trabajó en la divulgación del uso eficiencia de la energía y de las nuevas tecnologías existentes, en el tema de iluminación.

Divulgación	Contenido
Charlas a 86 encargados	“Iluminación Eficiente” a cargo de la empresa Philips
Afiches	Día mundial del Ahorro de Energía e invitación a Charla en General Rodríguez.
Folletos (2)	Iluminación Eficiente (entregados a todos los participantes luego de la charla).
Boletín Informativo (14)	Contenidos: Uso eficiente de la energía, consejos en equipos de cámaras de enfriamiento, congeladores y refrigeradores, planchas, lavarropas, microondas, automóviles, cocinas, aire acondicionado, equipos utilizados para calefaccionar el hogar, reducción de energía con un buen uso de los residuos, consejos útiles para realizar un uso eficiente de la energía en las conexiones del hogar, día mundial del ahorro de energía, e invitación charla.
Notas en Revista de la Compañía (5)	Artículos relacionados con la Campaña: Presentación de la Campaña, Uso Eficiente de la Energía, consumo de equipos y artefactos de iluminación en el hogar, energía solar y cambio de luminarias.

En función de los cambios de luminarias en la Planta General Rodríguez se logró disminuir cerca del 71% de la energía que se consumía en los sectores en los cuales se intervino. Dicha acción se realizó en 15 sectores de la planta.

Una vez evaluados los logros en el Complejo General Rodríguez, la intención es replicar aquellos que sean factibles en las Plantas del Interior.

Tabla N°1	Sector	Consumo kilowats		% Ahorro
		Antes	Ahora	
	Almacenes	13,71	2,77	79,80
	Caldera	1,50	0,42	72,00
	CCI (Control de Calidad de Insumos)	0,31	0,22	31,43
	Compresores	18,24	2,69	85,26
	Dulce de Leche	3,90	0,81	79,31
	Leche en Polvo - Planta III	0,21	0,14	31,43
	Leche en Polvo - Planta IV	1,50	0,63	58,00
	Leche en Polvo - Planta V	2,00	0,84	58,00
	Leche Estéril	0,75	0,31	58,00
	Taller Autoelevadores	0,21	0,14	31,43
	Cremería	2,00	0,58	71,20
	Administración de la Producción	0,10	0,07	31,43
	Capacitación	0,50	0,42	16,00
	Ultra	13,45	6,10	54,68
	Usina	2,69	1,58	41,22
	TOTALES	61,09	17,72	71,00

Los resultados de la gestión ambiental de la empresa están disponibles en los Departamentos de Información Estudiantil y Visitas a fin de poder ser transmitidos a estudiantes y/o público en general que visite el Complejo Industrial y/o se ponga en contacto con las áreas mencionadas. Además en la página Web se incluye una reseña general de la gestión ambiental de la Compañía.

Respecto a los resultados puntuales, por el momento son sólo de difusión interna. Los temas mencionados se incluyen en las charlas obligatorias de ISO 14000 que se dictan anualmente al personal y en algunos casos son incluidos en la revista “Entre Nosotros”, las carteleras institucionales y el boletín informativo.

¿Dónde pueden sus stakeholders encontrar la CoP -además de en el sitio web del Pacto Global de Naciones Unidas-?

En la web institucional www.laserenisima.com.ar

PRINCIPIO

Principio 10: Actuar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno.

Acciones	Nuestro Compromiso o Política
	<p>Mastellone Hnos. considera a la transparencia, la lucha contra la corrupción y el rechazo de sobornos como principios fundamentales para sus actuaciones cotidianas.</p> <p>Expresa su compromiso asumido de trabajar de acuerdo a los valores identificados y plasmados en su Código de Ética como los más importantes para compartir a lo largo de la vida laboral. Estos valores reflejan la necesidad de preservar los derechos fundamentales de las personas y sus principios rectores, establecidos como guía en todas las relaciones y actuaciones.</p>
	Una descripción breve de nuestros Procesos o Sistemas
	<p>Mastellone Hnos. es una empresa fundada desde la tradición familiar, que ha reunido al grupo que lo conforma en una comunidad de respeto y trabajo.</p> <p>Entiende que el reflejo de ser una empresa socialmente responsable se manifiesta tanto en la calidad de los productos que elabora, así como en la ética de su accionar, de todo su conjunto (consumidores/clientes, empleados, proveedores, accionistas, etc.) motivo por el cual respalda los principios del código mencionado. Dentro de este marco, no acepta ni solicita de persona o institución alguna, dinero, bienes, promesas, favores o ventajas de cualquier tipo, reforzando su compromiso contra el soborno.</p> <p>Para Mastellone Hnos. la esencia de la Compañía es su gente, que trabaja como una gran familia, compartiendo la filosofía y los objetivos de calidad que impulsan el desarrollo de la empresa. Para ello, realiza la evaluación del desempeño, requisito esencial para la calidad y transparencia en el trabajo, para el desarrollo personal (fortalezas y debilidades) y para sustentar un sistema de remuneraciones equitativo. Entendiendo que una evaluación del desempeño justo, además de ser una necesidad para toda persona que trabaja como colaborador en una empresa, refleja una transparencia en el accionar diario de todos los que hacen a la Compañía.</p> <p>Por lo expuesto, Mastellone Hnos. fortalece su compromiso de actuar en contra de la corrupción en todas sus formas, a través de sus propios principios y valores, que se reflejan en el quehacer diario de todos los que hacen la Compañía.</p>
	Actividades emprendidas en el último año / planificadas para el próximo año

Código de Ética

A lo largo del último año se continuó haciendo hincapié en fortalecer los principios y valores contenidos en el Código de Ética de la Empresa.

Mastellone Hnos. mantiene activa su política (Art. 19 Código de Ética) de no aceptar ni solicitar de persona o institución alguna, dinero, bienes, promesas, favores o ventajas de cualquier tipo, que se ofrezcan, directa o indirectamente, con el fin de conseguir que haga o deje de hacer algo vinculado con la empresa o con el trabajo para la empresa o bien para influir sobre otra persona cuya actividad se vincule con la empresa.

Se continuó haciendo extensivo los valores que rigen la cultura empresarial de Mastellone Hnos. A todos los nuevos proveedores se les envió copia del respectivo código asegurando la recepción y conformidad del mismo.

El Comité de Ética en conjunto con la oficina de Recursos Humanos trabajo activamente con la recepción de denuncias, fortaleciendo los valores y realizando cursos en las empresas del grupo.

Durante el año 2011 se incrementaron la cantidad de horas de los Talleres de Reflexión y Participación, en los cuales se busca promover los valores de la empresa y mantenerlos vigentes. Los cursos se extendieron por las diferentes plantas sumando a colaboradores del área Industrial y Comercial. Implementándolos además en una empresa adquirida por la Compañía.

Finalmente a fin de afianzar los valores y conductas delineadas en el Código de Ética, se continuó trabajando en conjunto con Recursos Humanos, incorporando un taller de valores, al cual asisten empleados de la Compañía.

Taller “Trabajando con Valores”

Durante el año 2011, Mastellone Hnos. continuó avanzando en la realización de los Talleres “Trabajando con Valores” con el fin de fortalecer los valores como empresa y reforzar la cultura del trabajo, basada en el esfuerzo, honestidad, escucha y respeto mutuo.

Además de las actividades realizadas en Planta General Rodríguez, se sumaron las plantas Trenque Lauquen, Leubucó y Villa Mercedes, y se incorporó también la Dirección Comercial, comenzando por el área de Preventa.

La experiencia fue de trabajo y reflexión personal, asumiendo compromisos individuales que invitan a mejorar comportamientos,

	<p>relaciones interpersonales y comunicación.</p> <p><u>Desempeño del Personal</u></p> <p>Años tras año, la Compañía realiza a todo su personal una evaluación con el objeto de analizar el comportamiento ético de los colaboradores, el compromiso con el sector y la Empresa, examinar las fortalezas y debilidades con el fin de mejorar su desempeño y evaluar su relación con el resto de los colaboradores entre otros puntos a considerar. Dentro del proceso se fijan los objetivos del empleado para el nuevo período, además se provee de un espacio para que el colaborador pueda expresar sus inquietudes y de conformidad a la evaluación realizada por su superior.</p> <p>Es intención de la Empresa mejorar el rendimiento del personal, para lo cual se implementa el Sistema de Análisis del Desempeño. El mismo es un proceso que evalúa la actuación del empleado durante el año. Es el momento donde se conversa respecto a las acciones y objetivos a seguir y a mejorar. Se asume el compromiso por parte del evaluado y del evaluador, de alcanzarlos durante el próximo período. La misma finaliza con la firma por parte del evaluado dando conformidad a la evaluación realizada.</p>
<p>Resultados</p>	<p>Medición de resultados (esperados) y valor agregado a nuestra compañía</p> <p><u>Código de Ética</u></p> <p>Regalos: Durante el año 2011, se intensificó mediante los Talleres de Valores y Código de Ética, la política de evitar recibir presentes y regalos. Para las fiestas, se recordó a todo el personal el texto de la norma que regula la recepción de regalos. En el último año, se recibieron 506 presentes que fueron entregados a sus respectivos destinatarios.</p> <p>Proveedores: Como se mencionó anteriormente, en el transcurso del 2011 se hizo extensivo el Código de Ética a todos los nuevos proveedores, incorporando conformidad de 49 nuevas empresas.</p> <p><u>Taller de Valores</u></p> <p>Mastellone Hnos. se enorgullece de llegar cada año a más de 500 personas con estos talleres. Los valores humanos están en cada una de las personas y, de acuerdo a los distintos espacios y/o ámbitos donde se desarrollen (familia, trabajo, sociedad), cada uno pondrá en juego aquel que le permita lograr el mejor resultado en las relaciones.</p>

A continuación se informan las cifras vinculadas con los resultados de los Talleres efectuados durante el año 2011:

TOTAL DE CURSOS DICTADOS	
Cantidad de cursos	87
Cantidad de participantes	558
Duración	3 Hs
Hs/Hombre	1674
Detalle de los cursos brindados:	
GENEAL RODRÍGUEZ	
Cantidad de cursos	42
Cantidad de participantes	277
Duración	3 Hs
Hs/Hombre	831
PLANTA LEUBUCÓ	
Cantidad de cursos	8
Cantidad de participantes	36
Duración	3 Hs
Hs/Hombre	108
PLANTA TRENQUE LAUQUEN	
Cantidad de cursos	12
Cantidad de participantes	51
Duración	3 Hs
Hs/Hombre	153
DEPÓSITO ALBARIÑOS	
Cantidad de cursos	9
Cantidad de participantes	56
Duración	3 Hs
Hs/Hombre	168
PREVENTISTAS OESTE	
Cantidad de cursos	6
Cantidad de participantes	51
Duración	3 Hs
Hs/Hombre	153
PREVENTISTAS NORTE	
Cantidad de cursos	5
Cantidad de participantes	41
Duración	3 Hs
Hs/Hombre	123
PREVENTISTAS SUR	
Cantidad de cursos	5
Cantidad de participantes	46
Duración	3 Hs
Hs/Hombre	138

	<u>Desempeño del Personal</u>
--	--------------------------------------

	<p>Se estima que al finalizar la carga de las evaluaciones del año 2011 se alcanzará el valor aproximado de 3500 evaluaciones. Lo que significa un incremento alrededor de 29% respecto al año anterior.</p>
--	--

	<p>El desempeño de dichas acciones se comunica a través de la revista interna “Entre Nosotros” y el sitio web institucional de la empresa www.laserenisima.com.ar . Además las acciones vinculadas con el Código de Ética se pueden canalizar a través del Comité de Ética.</p>
--	--

¿Dónde pueden sus stakeholders encontrar la CoP -además de en el sitio web del Pacto Global de Naciones Unidas-?

En la web institucional www.laserenisima.com.ar
--