

Aguas Danone de Argentina (ADA)
Pacto Global de Naciones Unidas para la Responsabilidad Social Empresaria
Comunicación de Progreso 2011



Contacto: Nicolás Dobler
Email: Nicolas.DOBLER@danone.com

Buenos Aires, Argentina, Julio de 2012



Sr.
Ban Ki Moon
Secretario General
Organización de las Naciones Unidas
1st Ave & 44th St, New York, NY 10017
USA

Sr. Secretario General,

En nombre del equipo de Aguas Danone de Argentina SA es un honor remitirle por esta vía la Comunicación sobre el Progreso correspondiente al año 2011 en seguimiento de los compromisos asumidos por la compañía en el marco de su adhesión al Pacto Global para la Responsabilidad Social Empresaria de las Naciones Unidas.

Aguas Danone de Argentina SA materializa de manera transversal el concepto de los derechos humanos tanto en su misión como en los pilares que sustentan el corazón del negocio. Así, y con el objetivo de garantizar la salud a través de los alimentos que elabora, se ocupa del bienestar en el ciclo de vida de las personas al tiempo que respeta la naturaleza que les da origen y a las personas que los producen.

Las acciones están fundadas en la convicción de que el desempeño económico va acompañado de la atención a las personas y del respeto por el planeta dando espacio a lo que llamamos un proyecto dual que alcanza los objetivos de negocio como el impacto social que se genera. Para lograrlo, Aguas Danone de Argentina SA despliega una estrategia de articulación de su cadena de valor a través de distintas plataformas sociales que trabajan para erradicar la pobreza y el hambre (Objetivo de Desarrollo del Milenio N°1), asegurar un medio ambiente sostenible (ODM N° 7) y construir alianzas globales para mejorar el desarrollo (ODM N° 8).

Por ello, a través de esta presentación, compartimos nuestros avances, renovamos nuestro compromiso con la mayor iniciativa global sobre RSE y asumimos el desafío de continuar construyendo una alimentación saludable para la mayor cantidad de personas en Argentina y el mundo.

Con nuestra consideración más distinguida,



Facundo Etchebehere
Director de Asuntos Corporativos
Aguas Danone de Argentina SA



Contenido	
Descripción breve de la naturaleza de la empresa.....	4
DERECHOS HUMANOS.....	4
PRINCIPIO N 1	4
Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales internacionalmente reconocidos dentro de su ámbito de influencia	4
PRINCIPIO N 2	5
Deben asegurarse de no ser cómplices en la vulneración de los derechos humanos	5
DERECHOS LABORALES	12
PRINCIPIO N 3	12
Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.....	12
PRINCIPIO N 4	12
La eliminación de toda forma de trabajo forzoso y obligatorio	12
PRINCIPIO N 5	12
La erradicación del trabajo infantil.....	12
PRINCIPIO N 6	12
La eliminación de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación	12
AMBIENTE	14
PRINCIPIO N 7	14
Las empresas deben mantener un enfoque preventivo orientado al desafío de la protección medioambiental.....	14
PRINCIPIO N 8	14
Las empresas deben comprometerse en iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.....	14
PRINCIPIO N 9	15
Las empresas deben alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas del medio ambiente.....	15
ANTICORRUPCIÓN	20
PRINCIPIO N 10	20
Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno	20
¿Dónde pueden sus stakeholders encontrar la CoP –además de en el sitio web del Pacto Global de Naciones Unidas-?	22



Descripción breve de la naturaleza de la empresa

Grupo Danone

El Grupo Danone - www.danone.com - nace en Francia cuando el marqués de Lessert descubre las propiedades medicinales del agua, que lo curan de un mal renal. Luego de 41 años, esa agua es embotellada y a fines de 1850 Evian ya es una marca reconocida. En 1966, Antoine Riboud establece y lidera BSN, una compañía francesa de vidrio y embalajes. Durante los siguientes años, esta compañía dinámica y en rápido crecimiento se convertirá en Groupe Danone, el único grupo de alimentos con foco absoluto en la salud.

A principios de los años '70, BSN cambia su foco estratégico y adquiere Evian, Kronenbourg y Blédina. En 1996 Antoine Riboud le cede el liderazgo a su hijo, Franck, comenzando un proceso de reestructuración estratégica que hace que la compañía crezca mediante adquisiciones y capture nueva participación de mercado. Ese mismo año desembarca en el mercado argentino, tanto de lácteos como de aguas.

Líder en alimentación saludable: en América Latina es la empresa Nº 1 en Productos Lácteos Frescos y en Aguas Embotelladas.

Con el objetivo de cubrir todas las necesidades alimenticias y nutricionales, Danone, una empresa en constante evolución, tiene un posicionamiento líder en la industria de la alimentación saludable gracias a sus cuatro divisiones: Productos lácteos frescos, Aguas, Nutrición infantil y Nutrición médica.

La misión de la compañía es brindar una alimentación saludable a la mayor cantidad de personas.

Aguas Danone de Argentina

Siguiendo con la meta de liderar los mercados mundiales, el Grupo adquiere las dos compañías más importantes de agua mineral de nuestro país. En 1996 suma a Villa del Sur (Chascomús, Buenos Aires), el agua mineral pura y liviana por naturaleza y en 1999 suma a Villavicencio (Mendoza), un agua única, por provenir de una Reserva Natural.

Aguas Danone de Argentina produce y embotella agua mineral y las bebidas más ricas, placenteras y saludables. Es así como estos pilares históricos y marcas líderes, desde el 2002, están acompañadas de dos innovadores productos a base de agua mineral, que revolucionaron el mercado nacional e incluso fueron creadores de una nueva categoría en bebidas. Villa del Sur Levité, una bebida regular sin gas, ofrece al consumidor la combinación perfecta entre sabor, naturalidad y placer que combina el agua mineral Villa del Sur y jugo de frutas; y Ser, una propuesta de bebida light que ayuda a cuidar el cuerpo sin resignar placer.

Por su performance, atendiendo el impacto económico, social y ambiental de sus estrategias y operaciones, Danone se ubica entre las primeras compañías del ranking de Dow Jones Stoxx y World, ASPI Eurozone y Ethibel.

DERECHOS HUMANOS

PRINCIPIO N 1

Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales internacionalmente reconocidos dentro de su ámbito de influencia

PRINCIPIO N 2	Deben asegurarse de no ser cómplices en la vulneración de los derechos humanos
----------------------	---

Acciones	Nuestro Compromiso o Política
	<p>Danone se enorgullece de llevar adelante un proyecto dual, que abarca tanto el negocio como el impacto social a nivel mundial y local y que está fundado en la convicción de que el desempeño económico va acompañado de la atención a las personas y el respeto por el planeta.</p> <p>Su estrategia, defender un modelo de creación de valor distribuido entre sus diferentes stakeholders, se aborda desde cuatro temáticas: People, For all, Health y Nature. Sobre ellas, Danone actúa con una visión integral de toda su cadena de valor, articulando de forma permanente sus plataformas sociales a través de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Danone Communities, que invierte en empresas sociales contra la malnutrición y la pobreza. • Fondo Danone Écosysteme, que apoya proyectos co-creados por Danone junto a organizaciones sociales generando actividad económica con impacto social en su “ecosistema” de negocios. • LivelihoodsFund, un fondo mutual de inversión en créditos de carbono para la restauración de ecosistemas creando valor social en comunidades rurales. <p>Por su parte, la Fundación Danone articula y promueve el accionar del Grupo Danone en la Argentina en las áreas de educación en hábitos saludables, acceso a la alimentación y desarrollo comunitario. Potencia los esfuerzos de sus empresas fundadores, Danone Argentina S.A. y Aguas Danone de Argentina, apoyando y desarrollando practicas innovadores y referenciales de manera integrada con actores de clave de la comunidad, buscando llegar al mayor número de personas para animar el desarrollo de una vida saludable.</p> <p>Así, asume el compromiso de respetar y apoyar los derechos humanos realizando acciones tendientes a favorecer el cumplimiento de los mismos tanto entre su personal como en sectores desfavorecidos socioeconómicamente. Principalmente se ocupa de fortalecer el ejercicio de derechos relacionados con:</p> <ol style="list-style-type: none"> i) Promover una visión integral de las personas que fomente la salud y un adecuado balance entre vida familiar y laboral asegurando estándares de calidad de la vida laboral; ii) Fomentar la salud de la población en general a través de la calidad de sus productos y de acciones concretas que aumentan la información disponible para el consumidor; iii) Favorecer el impacto social de su negocio a través de la articulación con organizaciones de la sociedad civil que interactúan con el ecosistema de la compañía.
	Una descripción breve de nuestros Procesos (o Sistemas)
	Algunos procesos tendientes a fortalecer los derechos humanos en el ambiente de trabajo:

	<p>1. Fortalecimiento de la política de salud con especial foco en:</p> <p>1.1. el conocimiento de los factores de riesgo, implementando una estrategia de comunicación a través del uso de cartelera, Día de la Seguridad y la Feria de Salud, que consiste en una Jornada de 6 horas de entrenamiento en hábitos saludables, donde se para la operación por medio día para que asista todo el personal en conjunto;</p> <p>1.2. la prevención de los mismos garantizando, el acceso a un gimnasio y sus vestuarios ubicados en las oficinas; la constitución de un running team; turnos para masajes los martes y jueves en sesiones de 15 minutos y un Campeonato Mundial de fútbol llamado “Danone World Cup” con 3 categorías: masculino, femenino y mixto. En una primera etapa se realizan eliminatorias locales y una eliminatoria Nacional, de la cual equipos ganadores viajan a la final mundial (país del mundo que define Danone Francia; 2008 Lisboa-2010 Miami-2012 Tokio).</p> <p>1.3. facilitar el acceso a personal médico como, Dentista para control odontológico (en centros operativos, Plantas y AZA); Nutricionista en el centro de trabajo para control de colesterol, peso, talla, altura y seguimiento de plan alimentario personalizado así como a un cronograma de vacunación específico según calendario oficial (antitetánica y antigripal).</p> <p>1.4. las familias del personal, a través de la realización de acciones como la Feria de Seguridad y el taller de Nutrición Infantil, donde se convoca a charlas específicas a mujeres e hijos de empleados.</p> <p>2. Medidas específicas orientadas a fomentar el balance entre la vida familiar y laboral: ADA implementa beneficios que permiten encontrar un mejor equilibrio. Como ejemplo el “Viernes Danone”, jornada reducida de 8 a 14hs. los viernes de todo el año, o sus variantes “Semana Danone” o el “Día de trámite mensual”, que se adapta de acuerdo a las necesidades de cada centro de trabajo. A su vez, otorga licencias especiales como ser adicional de días en caso de fallecimiento de un familiar, días de estudio, día post último final de la universidad, día libre por cumpleaños y medio día por festejo de cumpleaños de hijos menores de 12 años. Además, invita a los hijos de empleados al lugar de trabajo del padre o la madre anualmente. Por último, implementa “Encaminada”, un programa de orientación vocacional para hijos de empleados que estén por comenzar la Universidad.</p> <p>3. Política de reconocimiento atractiva: ADA promueve el compromiso de los trabajadores y garantiza que sea consistente con los objetivos de negocio a través de la implementación de un bono anual que llega tanto al personal directivo (gerentes) como al personal de convenio. Además, se reconoce con una plaqueta a aquellos empleados que tienen 15, 20, 25 o más años de antigüedad en Danone.</p> <p>4. Beneficios adicionales: ADA entrega packs de productos al personal (un pack de bebidas y uno de agua por semana), ofrece regalos corporativos en fechas especiales como Cumpleaños (incluyen además packs de bebidas adicionales), Navidad, Pascua, Día de la Mujer, Día de la Secretaria, Ajuar por nacimiento y Kit de comienzo de clases para los hijos del personal entre 4 y 12 años. A su vez, festeja mensualmente los cumpleaños de los Danoners de manera colectiva. También existe una política de otorgamiento de préstamos y anticipos para todo el personal (préstamos por causas de fuerza mayor o desastre de hogar. Anticipos, con un máximo 3 meses consecutivos y hasta un 20% del</p>
--	--

sueldo).

Algunos procesos tendientes a fortalecer el derecho a la salud en la comunidad:

5. Programas vinculados a la Salud: entre las múltiples actividades que despliega para la Asistencia a la Salud y la Educación vale la pena destacar,

- a. El Programa (**nutrición**)² continuó en 2011 trabajando sobre el desarrollo de las nuevas aristas, manteniendo el esquema de talleres docentes y la utilización de contenidos desarrollados en ediciones anteriores. El desafío fue el relanzamiento del programa, posicionándolo y potenciándolo, para lograr un mayor alcance y profundización. El programa pone a disposición kits educativos auto gestionables, un sitio web y redes sociales para la descarga de información y herramientas. Además se brindan talleres para facilitadores en centros comunitarios, clubes y otros.
- b. El proyecto **HidratAR** continuó en 2011 a través de la realización de una encuesta online a través de Nutrinfo.com, una comunidad virtual de profesionales de la nutrición en seguimiento al impacto de la difusión del Estudio HidratAR¹ entre los especialistas.
- c. Se desarrolló una plataforma digital de relacionamiento para profesionales: www.hidratacionysalud.com.ar: donde los profesionales suscriptos pueden actualizarse científicamente sobre hidratación, comparten información, discuten, se informan acerca de novedades y eventos científicos y completan encuestas, que aportan valiosa información para conocer más en detalle a este público. Los contenidos y materiales incluidos cuentan con el aval de sociedades científicas como así también la carta de bienvenida de la Sociedad Argentina de Nutrición y notas de interés redactadas por líderes de opinión nacionales. Hidratación y Salud permite descargar herramientas útiles tales como un calculador de hidratación o un plan de hidratación saludable para que los profesionales impriman y entreguen a sus pacientes. Más allá de los accesos individuales de los suscriptos a la plataforma, mensualmente se distribuye un boletín electrónico toda la base de datos para que reciban siempre las novedades en sus casillas de correo electrónico.
- d. Programa **Mamá, Papá: ¡Prefiero Agua²!**: se relanzó como programa específico sobre hidratación a partir de los aprendizajes de los años anteriores, feedback de los docentes y la necesidad de poner foco en la Hidratación Saludable. A través de esta iniciativa, Aguas Danone se acerca a jardines de infantes y escuelas de todo el país con el objetivo de promover la hidratación saludable entre los más chicos. Además ya está participando de eventos del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires y otras jurisdicciones.
- e. Campañas de prevención con aliados institucionales: i) continuando el vínculo con la Asociación para el Cuidado de la Diabetes en Argentina CUI.D.AR se apoyó

¹En el 2010 Aguas Danone de Argentina apoyó el desarrollo del Estudio HidratAR realizado por el CESNI (Centro de Estudios sobre Nutrición Infantil). El primer estudio poblacional cuyo objetivo era conocer la cantidad consumida de agua, bebidas e infusiones, a lo largo de las diferentes etapas del ciclo vital, por sexo, nivel de instrucción y momentos de consumo.

²Se viene llevando adelante desde hace 5 años un programa educativo como parte de la estrategia directa de acercamiento con la comunidad.



financieramente la realización de Talleres de Alimentación saludable donde, a través de actividades lúdicas, los chicos incorporan las mejores decisiones para el cuidado de su salud y se apoyó la puesta en marcha del 1er estudio de investigación sobre Diabetes Infanto Juvenil; ii) la Fundación Danone recibió aportes de Danone de Argentina, para acompañar el desarrollo de la campaña Ser – LALCEC sobre sensibilización a la comunidad sobre el cáncer de mama y la realización de adecuaciones a la sala donde será instalado el mamógrafo (que será donado en 2012); iii) se recibieron otros dos aportes para financiar el auspicio al evento organizado por dicha Liga; iv) con Fundación CONIN se siguen realizando esponsoreos y auspicios para los encuentros de la Red y v) la Red Conin fue receptora de talleres organizados bajo el programa (nutrición)².

- f. **Hydration 4 Health** es el evento anual sobre hidratación y salud más importante del mundo, donde los líderes de opinión de países de todos los continentes comparten las últimas novedades científicas en la materia y se debate al respecto (www.h4hinitiative.com). Desde el 2009 Aguas Danone de Argentina definió como un desafío estratégico que Líderes de Opinión Argentinos participen de este evento. Para ello, ADA se hizo cargo de los gastos del viaje y estadía de personas claves en el ámbito de la nutrición.

Algunos procesos tendientes a fortalecer los derechos humanos en general:

6. Programas Sociales y Comunitarios:

- a. Siguiendo lo convenido en acuerdo firmado con la **Fundación por un Piberío Integrado** (P.U.P.I.) y con el objetivo de fortalecer las capacidades de crianza de las familias, consolidando la función educadora, de contención, de buena alimentación a partir de la mujer embarazada hasta los 3 años del niño se ha replicado en 2011 el programa “Mamá Amor” de apoyo integral a madres y sus hijos de hasta 3 años de edad, con seguimiento médico asistencial de cada caso tratado y talleres para el cuidado psicomotor, cognoscitivo, del lenguaje y socio-afectivo. En esta edición se continuó la especial atención nutricional de los beneficiarios. La Fundación P.U.P.I. a su vez, recibió kits escolares para todos los niños que asisten a la Fundación.
- b. Vinculación educativa: i) el Programa de Becas Escolares que a través de un sistema de padrinazgos financió estudiantes (niños y jóvenes de hasta 18 años de edad que provengan de hogares de bajos recursos) y es gestionado por la Fundación Cimientos con el objetivo de asegurar su permanencia en el sistema educativo formal); ii) Plan anual de visitas de instituciones locales a la planta. Inducción de seguridad, buenas prácticas de manufactura y medioambiente. Se entrega regalo empresarial.
- c. Entre las acciones solidarias de la Fundación Danone se destacan: i) Padrinos de Escuela Rural N° 11, ii) donación a Taller Protegido y Bomberos Voluntarios Chascomús, iii) donaciones de agua y productos, iv) vínculo con la Red Argentina de Banco de Alimentos y v) continúa llevándose adelante la herramienta de micro donaciones Teaming, que permite a colaboradores de las empresas fundadoras, interesados en la acción social, involucrarse brindando apoyo económico a las acciones de los Grupos Solidarios que cumplen con la misión de la Fundación Danone para la asistencia a la salud y la educación. De esta manera, se llevaron adelante diferentes acciones ejecutando los fondos donados por los colaboradores además de un presupuesto equivalente puesto a disposición por la Fundación.

	<p>Actividades emprendidas en el último año / planificadas para el próximo año</p> <p>En 2011 Danone aumentó el compromiso con su política a través de las siguientes acciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se sumaron beneficios adicionales para el personal entre los que se encuentran: i) lunch o agasajo especial de festejo por el Día de la Primavera, ii) acceso a tarjeta de beneficios "Club La Nación" y entrega del diario los sábados (revista para interior), iii) entrega gratuita de leche maternizada recetada para los hijos del personal de hasta 1 año de edad, iv) descuento del 20% en la compra de leche nutrición infantil a través de la página web Babydada, v) descuento en Ser Spa del 50 % los días miércoles para Danoners y del 25 % para acompañantes y 25% cualquier otro día de la semana. • Se creó el programa Embajadores, un programa de entrenamiento sobre hidratación saludable para los empleados de la compañía, de manera de lograr masificar dentro de la empresa todos los conocimientos vinculados al tema. Se procedió a capacitar entrenadores internos y brindarles herramientas para que extendieran todos los contenidos al resto de la Compañía. • Se impulsó una actividad social en equipos "Noche buena para todos", para brindar ayuda a familias de bajos recursos. Consistió en armar un "Caja Navideña" que incluye regalos personalizados a integrantes de la familia asignada, alimentos para la mesa de navidad y vestimenta. La compañía dispuso materiales, espacio y lunch para todos los equipos de trabajo. El objetivo fue doble, lograr mayor integración del personal en un fin social, como también y ayudar a los más necesitados. • En busca de aunar fuerzas para lograr la concientización de la población en salud y nutrición, se trabajó en conjunto con Walmart y Carrefour, quienes incluyeron información de concientización en sus revistas y permitieron la distribución de materiales impresos en sus locales. • La Fundación Danone realizó la compra de ciento cincuenta tensiómetros electrónicos donados a la Fundación Cardiológica para ayudar a generar conciencia acerca de la importancia de conocer y controlar los factores de riesgo cardiovascular, en el marco de las II Jornadas Solidarias de Prevención Cardiovascular que se llevaron a cabo en Humahuaca, Jujuy (Campaña Vidacol – Fundación Cardiológica Argentina). • Además, la Fundación Danone financió el programa "Siglo XXI, el siglo de la Nutrición" desarrollado por la Fundación Talentos para la Vida. Dicho programa está dirigido a docentes y alumnos de escuelas de todo el país, que trabajan en el ámbito escolar a través de fichas y materiales especialmente diseñados para el tema de referencia. El Programa finaliza con un concurso de arte entre las escuelas participantes.
<p>Resultados</p>	<p>Medición de resultados (esperados) y valor agregado a nuestra compañía</p> <p>1. La política de salud: i) es comunicada mediante cartelera al 100% de los trabajadores (1435 personas), ii) supone acceso al gimnasio para 122 empleados y participan 198 colaboradores del running team, iii) otorga turnos para masajes para 241 personas, iv) facilita el acceso para todo el personal a Dentista para control odontológico (planta Chascomús, Mendoza y AZA) y a Nutricionista en el centro de trabajo para control de colesterol, peso, talla, altura y plan de seguimiento personalizado, v) garantiza planes vacuatorios específicos según calendario oficial (antitetánica a 750 empleados de</p>

Chascomús, Mendoza y AZA y antigripal al 100 %),vi) ofrece bebidas, productos lácteos y frutas en los centros de trabajo disponible para todos los empleados, vii) realiza una jornada de entrenamiento³ en el concepto de Salud para 186 personas de Mendoza y viii) está enfocada en las familias del personal a través de la Feria de Seguridad (387 empleados de Mendoza y AZA) y el Taller de Nutrición Infantil, del que participaron 448 empleados de Chascomús y sus familiares.

2. Las medidas tendientes a promover el balance entre la vida familiar y laboral se aplican al 100% de los trabajadores fuera de convenio. En 2011, “Viernes Danone” fue utilizado por 376 Danoners de Sede Uriburu y Ventas, “Semana Danone” por 76 de Chascomús, “Día de trámite Mensual” por 62 Danoners de AZA y las licencias extendidas por 430 en todas las locaciones, sumando a Chascomús donde fue utilizado por 448 trabajadores más.

3. La Política de Reconocimiento incluye el bono anual para Managers, Líderes y Supervisores (364 personas) y para empleados en Convenio (1003). En 2011 se reconoció la antigüedad de 73 empleados.

4. Los beneficios adicionales relacionados con entregas de productos se aplica a las plantas de Chascomús, Mendoza y AZA (llegando a 835 personas). La entrega y descuentos en la compra de leche maternizada se aplica al total de los empleados. El descuento en Ser Spa beneficia a 625 empleados de Sede, Uriburu y AZA (si bien es para todos los Danoners de la Cía., estos 3 sitios de trabajo citados son los que se encuentran en la cercanía del Spa). Los regalos corporativos se extienden al 100% del personal y los festejos, junto a los regalos de cumpleaños, han comenzado a implementarse en Sede central, Oficina de Ventas de Uriburu y Centro de Distribución de AZA (hasta hoy fueron agasajados 304 empleados). La tarjeta de beneficios Club la Nación fue entregada a 497 empleados.

5. Acciones de promoción del derecho a la Salud en la comunidad:

5.1. El Programa (**nutrición**)² consiste en el desarrollo y entrega de kits educativos, lanzamiento de una comunidad en línea, trabajo en redes sociales, talleres presenciales, charlas informativas, activaciones con los niños (internas; 825 chicos recibieron información de primera mano sobre hábitos saludables durante 13 activaciones y externas; 1700 chicos alcanzados durante 11 activaciones), auspicio obra Supersaludable (19.000 espectadores entre Mar del Plata y Mendoza), acciones de prensa, jornadas y acciones puertas adentro. Para ello, se invirtió un total de \$550.000 y se realizaron 17 talleres, en 110 escuelas, para 13.000 alumnos, se entregaron 1.250 kits y se desarrollaron 3 charlas informativas con aprox. 300 participantes. La web www.nutricionalcuadrado.com.ar recibió una inversión de \$100.501 (mantenimiento) y registra más de 700 usuarios con un promedio de 8.400 usuarios únicos por mes, es la cuarta web del mundo Danone y uno de las más populares en el área de nutrición. El programa tiene más de 7.700 seguidores en Facebook, 114 seguidores en Twitter y más de 300 tweets. Participan 7 Organizaciones de la Sociedad Civil⁴ y cuenta con el auspicio del Ministerio de Educación de la Nación y la adhesión a la iniciativa nacional de lucha contra el

³Donde se para la operación por medio día para que asista todo el personal en conjunto.

⁴Estos aliados son importantes y reconocidas Organizaciones: la Sociedad Argentina de Pediatría (SAN), la Federación de Graduados en Nutrición (FAGRAN), la Asociación Argentina de Dietistas y Nutricionistas Dietistas (AADYND), El Plan Argentina Saludable del Ministerio de Salud de la Nación, el Instituto de Investigaciones Metabólicas (IDIM), Nutrinfo.com, la Red Argentina de Bancos de Alimentos y Fundación Banco de Alimentos de Buenos Aires. Además



hambre: Nutrición10 Hambre O.

5.2. Impacto del conocimiento de la investigación **HidratAR**: de los 1720 profesionales (en su mayoría licenciados en nutrición o médicos nutricionistas), el 56% recordaba haber recibido información sobre un estudio/investigación en Argentina, y el 87% tenía conocimiento del CESNI, entidad que desarrolló el estudio.

5.3. La plataforma para profesionales www.hidratacionysalud.com.ar llega a 3.800 personas.

5.4. El Programa **Mamá, Papá: ¡Prefiero Agua!**⁵ contactó a más de 200 mil chicos con la premisa de lo sano que es incorporar el hábito de beber agua. En cada encuentro, un profesional de la salud comparte con ellos los mensajes saludables y les entrega folletería didáctica especialmente desarrollada para ese público. Emitieron informes al respecto los noticieros principales de Telefé, Canal 9, América TV y Canal 26. En el interior de país, cubrieron el tema los diarios La Voz del Interior (Córdoba), Los Andes (Mendoza), La Capital (Santa Fe) y La Gaceta (Tucumán). Se detectaron un total de 62 notas periodísticas en los medios, alcanzando 7.335.866 contactos lo que significa un equivalente en publicidad de U\$S 624.363. Además, en la comunidad científica toma relevancia la hidratación ganando espacio en las agendas.

5.5. Se capacitaron 414 **Embajadores**, Danoners que son ahora multiplicadores del conocimiento sobre hidratación. Estas actividades representan un total de 1400 horas de capacitación.

5.6. Para la campaña de **prevención de la diabetes** se invirtieron \$13.500 en acciones de difusión. Para la campaña de **sensibilización contra el cáncer de mama** se invirtieron \$18.150 en acciones de difusión.

5.7. En 2011, participaron del evento **Hydratation 4 Health** un líder de opinión (Presidente de la Sociedad Argentina de Nutrición) y dos Danoners (pertenecientes al área de investigación y desarrollo).

5.8. **Material informativo en revistas de supermercados**: Sólo considerando Walmart, se logró la publicación de una nota en su revista interna con una tirada de 60 mil ejemplares de distribución gratuita en locales, la entrega de 100 mil folletos (tipo collarín de botella) con consejos de hidratación, y la instalación de 500 cubreislas, en islas especiales de agua en los pasillos.

6. Programas Sociales y Comunitarios:

6.1. Se invirtieron \$10.000 en las actividades de difusión de la **fundación P.U.P.I.**

6.2. Se financiaron 5 alumnos a través del Programa de **Becas Escolares** y se invirtieron \$15.640. Se realizaron 4 visitas de instituciones a la planta de Chascomús y Mendoza.

6.3. La inversión en Programas Sociales y Comunitarios alcanzó los \$ 3.327.060 (29 % superior al 2010) manifestando un claro compromiso con las organizaciones que acompañan la tarea de la Fundación. Parte de esas donaciones se tradujeron en la entrega de 1.501.895 kg y 50.000 litros de agua. Durante 2011 los empleados que

⁵El programa nació hace 5 años y recorrió escuelas de todo el país.

	<p>aportan en Teaming, recaudaron \$97.407, la Fundación aporta la misma cantidad que los empleados, por lo que en total en 2011 los Grupos solidarios recibieron \$194.814.</p> <p>6.4. Las familias ayudadas con las cajas navideñas fueron 625 en Casa central, Uriburu y AZA.</p>
--	---

DERECHOS LABORALES	
PRINCIPIO N 3	Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva
PRINCIPIO N 4	La eliminación de toda forma de trabajo forzoso y obligatorio
PRINCIPIO N 5	La erradicación del trabajo infantil
PRINCIPIO N 6	La eliminación de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación

Acciones	<p>Nuestro Compromiso o Política</p> <p>ADA apoya y garantiza internamente el respeto por los derechos fundamentales en el trabajo, reconocidos a nivel internacional por los distintos instrumentos y convenciones como la Declaración Universal de los Derechos del Hombre, convenios internacionales de la Organización Internacional del Trabajo, principios directores de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico dirigidos a empresas multinacionales y los compromisos que ha suscrito en el marco del Global Compact.</p> <p>Estos derechos se materializan mediante políticas y acciones activas que buscan promover el completo desarrollo personal y profesional de sus empleados dentro del espíritu del proyecto económico y social que le es propio. ADA manifiesta su compromiso explícito a través de los Principios de Dirección de los negocios del Grupo Danone que son: el rigor, la transparencia, el respeto de las leyes y los reglamentos. Concretamente ADA implementa:</p> <ul style="list-style-type: none"> i) Mecanismos que promueven y garantiza la asociación sindical de sus trabajadores; ii) Acciones positivas en su cadena de valor orientadas a proveedores; iii) Medidas específicas que amplían la participación de minorías y mujeres y promueven la no discriminación por razones de género; iv) Dispositivos que facilitan el desarrollo de las personas en sus puestos de trabajo y las preparan para su desempeño.
	<p>Una descripción breve de nuestros Procesos (o Sistemas)</p> <p>Entre los principales Procesos o Sistemas se destacan:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Medidas específicas orientadas a la ampliación de derechos laborales: i) a la información de las cifras de negocio, a través de la comunicación de los principios de dirección y reuniones mensuales de Avance de Negocios para todo el personal, ii) igualdad de oportunidades para personas con capacidades diferentes, iii) aumento de las oportunidades de trabajo para mujeres y la extensión de las licencias por paternidad (5

días de licencia desde el nacimiento y se agregan 15 días más de media jornada laboral); las madres reciben la posibilidad de extender su licencia durante 30 días más (suma de la hora de lactancia anual), y además pueden optar por trabajar media jornada durante los siguientes 30 días, iv) a mejores condiciones y medio ambiente de trabajo con transporte, comedor en planta, acceso a Ejecutivos de Cuenta de entidades bancarias y Servicio Médico en el lugar de trabajo, e inclusión de familiares en las fiestas de fin de año.

2. **Plan anual de desarrollo:** ADA facilita la capacitación para el trabajo a través de distintas instancias de instrucción y dispone de los espacios y tiempos necesarios para que el personal puede aumentar su conocimiento en horario laboral. Por ejemplo, la “Jornada Fénix”, es un evento donde se transmiten la visión, misión, objetivos y valores de la Planta, y a la vez se realiza un entrenamiento específico en el modelo de Liderazgo CODE de Danone; para garantizar la presencia de todo el personal en su conjunto, se para la operación por 24 hs. Otra jornada de similar característica es el Día de la Seguridad, donde a través de una jornada de 8hs. se comparten y repasan conceptos claves en seguridad, generando alineación en el desarrollo de toda la población en su conjunto. Además, se promueven las visitas a planta de empleados de ADA de otros centros de trabajo.
3. **Sistema de medios de comunicación complementarios:** a través de diversos canales como cartelera física, mail, TV, revista trimestral informADA, Boletín mensual de Seguridad, Salud y Medioambiente, Intranet y Recibo de sueldo, se ofrece información sobre el avance de la compañía a todos los empleados. Adicionalmente, se organiza una reunión mensual donde se comparte información de sobre temas como Seguridad, Calidad, Salud, Medio Ambiente, Focos Comerciales, Proyectos, Novedades, Productos, Resultados de Negocio y Objetivos del Negocio.
4. Esquemas que **garantizan las prácticas sindicales:** ordenamiento gremial para todos los trabajadores y apoyo a la representación sindical en espacios internacionales.
5. **Sistema SEDEX para la Auditoría Social de Proveedores:** tiene por objetivo impulsar mejoras en las prácticas empresariales en lo relativo a la ética y responsabilidad de sus cadenas de suministro. El producto principal es una base de datos en línea (internet) segura que permite a los miembros almacenar, compartir y generar informes acerca de normativas laborales, prevención de riesgos laborales, así como sobre el medio ambiente. Se aplican a nuevos proveedores pero también se realizan revisiones periódicas a los existentes. Se focalizan en calidad con parámetros de RSE: libertad de afiliación sindical, trabajo infantil, aplicación de derechos laborales, auditorías a la cadena de valor, condiciones de trabajo justas, libertad de movimiento, comercio justo, condiciones seguras y salubres de trabajo, cumplimiento de las políticas salariales, antidiscriminación, cuidado del medioambiente. No suma en el score final pero se coloca las observaciones en el informe de auditoría. Se piden planes de acción si no cumplieran y se los dejaría en estado condicional o se da de baja. Todos los proveedores cumplen con las condiciones sociales.

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

En 2011 se continuaron ampliando las medidas tendientes a fortalecer los derechos laborales:

	<ul style="list-style-type: none"> • Se dispuso de un espacio específico en las oficinas de sede (CABA), para que los empleados puedan almorzar y tomar refrigerios. • También en sede, se implementó un área de lactario para todas las mamás que requieran su espacio de privacidad y puedan así extender el período de amamantamiento con comodidad en el lugar de trabajo.
Resultados	Medición de resultados (esperados) y valor agregado a nuestra compañía
	<p>Nuestro progreso:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Desde 2007, ADA pasó de 176 mujeres en puestos directivos a 219 (2010) a 223 (2011). Continúan empleadas 2 personas con capacidades diferentes. Durante 2011 se beneficiaron 77 personas con las licencias extendidas por maternidad y paternidad. 2. El transporte es utilizado por 634 trabajadores en los sitios de Mendoza y Chascomús. El comedor también se localiza en los mismos sitios y alcanza a 835 empleados. La asistencia bancaria se realiza un día a la semana –un día específico cada entidad- en Sede Central, Uriburu y Chascomús con la presencia de representantes de 3 instituciones bancarias. 3. En el marco del plan de desarrollo en 2011: a) se capacitaron 1.094 empleados, b) se invirtió en 36.914 horas de capacitación, c) significando un promedio de 29 horas anuales por persona y se desarrolló el Día de la Seguridad para 835 personas de Chascomús, Mendoza y AZA, d) En la Jornada Fénix participaron 448 empleados de Chascomús, e) se realizaron 6 visitas a plantas desde otros centros de trabajo de ADA. 4. El sistema de medios de comunicación alcanza al 100% del personal. 5. En representación de ADA, se apoyó la participación de dos delegados gremiales en las jornadas anuales de la Unión Internacional de Trabajadores de la Alimentación, Agrícolas, Hoteles, Restaurantes, Tabaco y Afines⁶ (UITA) en Ginebra, federación internacional de organizaciones sindicales de los sectores de procesamiento de alimentos, manufactura de bebidas, procesamiento de tabaco, sectores agrícola y de plantaciones y en las industrias hotelera, de restaurantes y proveedores, comercios y servicios. La UITA cuenta aproximativamente con 2,6 millones de miembros repartidos en 378 organizaciones afiliadas en 119 países. 6. Se han realizado 8 auditorías sociales de proveedores en 2011.

AMBIENTE	
PRINCIPIO N 7	Las empresas deben mantener un enfoque preventivo orientado al desafío de la protección medioambiental
PRINCIPIO N 8	Las empresas deben comprometerse en iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental

⁶La sindicalización de trabajadores de Danone bajo el gremio Federación Argentina de Trabajadores de Aguas Gaseosas y Afines (F.A.T.A.G.A.) pasó de 849 en 2009 a 858 en 2010. Como asociación profesional de segundo grado reconoce el IV Congreso Nacional de carácter extraordinario realizado por los Sindicatos Unificados de Trabajadores de la Industria de Aguas Gaseosas y Afines (S.U.T.I.A.G.A.), como antecedente y es continuadora del “Sindicato Unificado de Trabajadores de la Industria de Aguas Gaseosas y Afines (S.U.T.I.A.G.A.)”, que fuera fundado el 28 de Octubre de 1946.



PRINCIPIO N 9	Las empresas deben alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas del medio ambiente
Acciones	Nuestro Compromiso o Política
	<p><i>“Un alimento sano proviene de un medioambiente sano. El verdadero compromiso con la naturaleza es la clave para lograr nuestra misión a largo plazo”.</i></p> <p>Los productos de Aguas Danone de Argentina provienen de la naturaleza y sus ciclos; por esta razón, el compromiso de conservar un medio ambiente natural y saludable resulta clave para cumplir con nuestra misión: Brindar salud a través de los alimentos a la mayor cantidad de gente posible.</p> <p>ADA cree firmemente que la naturaleza y los negocios no se oponen sino que pueden servir para fortalecerse uno al otro. Este es el fundamento para una estrategia en donde todo y todos se benefician: el planeta, los negocios, y la gente.</p> <p>La estrategia Nature</p> <p>En 1995 el grupo definió estrictos estándares de producción medioambientales para sus fábricas y comenzó verificando el cumplimiento de estas normas con auditorías internas en 1997. En 2001 las plantas de Danone en Argentina ya habían completado sus primeras certificaciones ISO 14001. En el 2006 el grupo lanzó internacionalmente su programa GREEN (Global Risk Evaluation for Environment). Esta herramienta resume los riesgos medioambientales que surgen en los sitios industriales (riesgos de accidente, riesgos de imagen y riesgos de incumplimiento de normas ambientales) en una única escala estandarizada de clasificación, auditada por un socio externo (ERM). Focalizamos en cuatro áreas clave en las cuales nuestro impacto ambientales significativo:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Combatir el cambio climático y reducir nuestra dependencia de combustibles fósiles: el objetivo prioritario es reducir la huella de carbono a lo largo de toda la cadena de valor en donde la responsabilidad directa de Danone está en juego (plantas de producción, packaging y fin de vida del producto, transporte y almacenamiento). 2. Agua: proteger nuestros recursos hídricos, en particular en aquellas zonas donde éstos son escasos, y utilizarlos en armonía con los ecosistemas locales y comunidades locales. La estrategia del grupo pone su foco en cuatro áreas: proteger el recurso (proteger nuestras fuentes de agua y reintroducir agua limpia en el medioambiente, luego de su utilización en nuestras plantas), reducir el consumo de agua, contribuir a restaurar el ciclo del agua en el mundo y favorecer el acceso al agua. 3. Packaging: convertir el residuo en recurso y desarrollar materiales renovables. Danone siempre ha buscado reducir el impacto medioambiental de su packaging, basado en una visión de 360º del ciclo de vida del producto⁷. Desde 2008, Danone en Argentina y en el mundo mide las emisiones de dióxido de carbono de su packaging para monitorear la reducción de carbono. 4. Biodiversidad: proteger la biodiversidad en nuestros sitios, a lo largo de todo el ciclo de vida y en todo el mundo. La defensa de la biodiversidad está en el centro de nuestra estrategia de preservación de recursos instaurada en la división Aguas. Todas las zonas de

⁷El grupo publicó una guía de packaging de eco diseño en el año 2000. Nuestra estrategia de packaging contempla la incorporación paulatina de materiales alternativos además de principios de eco-diseño.

captación de agua mineral promueven prácticas para mantener la biodiversidad. En nuestra Reserva Villavicencio no solo protegemos la biodiversidad sino también velamos por la pureza de nuestras aguas.

Naturalmente, el respeto por el medio ambiente está en los genes de ADA. Está integrado a la estrategia de la empresa. Este avance progresivo, hoy en fase de aceleración, se asienta en los fundamentos históricos y políticas del grupo: co-creación con socios externos e integración completa de los aspectos ambientales, económicos y sociales. El desafío de una movilización radical hacia la reducción de carbono no es exclusivamente para reducir la huella, sino también y sobre todo, para transformar en profundidad las prácticas de la compañía y desarrollar proyectos que tengan un impacto positivo sobre nuestro planeta, logrando construir una ventaja competitiva para nuestras marcas. Esto es un indicador de la sustentabilidad del cambio y del desempeño económico del grupo a largo plazo.

Así, en el marco de nuestro Sistema de Gestión Integrado de Calidad y de Medio Ambiente ADA promueve, adopta, implementa y difunde una política de calidad y de medio ambiente orientada por un enfoque preventivo frente a los restos ambientales, que fomenta una mayor responsabilidad ambiental y que alienta el desarrollo y la difusión de tecnologías inocuas para el medio ambiente. En este sentido:

- i) recicla residuos generados en sus plantas;
- ii) adopta medidas para disminuir el consumo de energía y agua;
- iii) evalúa sus riesgos ambientales e identifica planes de mitigación;
- iv) protege activamente el medio ambiente y minimiza los impactos que sus actividades puedan implicar y
- v) se compromete a brindar a los consumidores y clientes, productos saludables y placenteros, acordes a sus necesidades y expectativas, desarrollando sus actividades respetando y protegiendo el medioambiente.

Reserva Natural Villavicencio.

La Reserva Natural Villavicencio es declarada Área Natural Protegida en septiembre de 2000 por la Dirección de Recursos Naturales Renovables de la Secretaría de Medio Ambiente del Gobierno de Mendoza. En 2009 se incorpora al Programa Refugios de la Fundación Vida Silvestre Argentina, una red de reservas naturales privadas creada por convenio entre los propietarios de estos terrenos.

En la Reserva Natural Villavicencio, promovemos la Educación Ambiental e Investigación, asegurando la educación ambiental interna y de la comunidad; promovemos la importancia de la conservación del medio ambiente y fomentamos el conocimiento científico y la investigación en la reserva.

Respecto de nuestra relación con las partes interesadas, promovemos el establecimiento de alianzas estratégicas con actores locales; agencias gubernamentales; instituciones de investigación; agencias de turismo y ONG locales. Además, fomentamos la conservación del medio ambiente por medio de la ejecución y mejora del Plan de Gestión (Manejo de la Reserva), cumpliendo con los principios de conservación internacionalmente reconocidos para asegurar la conservación de la biodiversidad y el Patrimonio Histórico y Cultural.

Una descripción breve de nuestros Procesos o Sistemas

Entre los principales Procesos o Sistemas se destacan:

1. **Sistema de Gestión Ambiental:** Danone tiene implementado y certificado en las Plantas Industriales, Centro de Distribución y oficina central un Sistema de Gestión Ambiental según la Norma ISO 14001 que permite la evaluación de sus aspectos ambientales y la minimización y control de sus impactos ambientales. Anualmente un ente verificador externo audita el Sistema de Gestión Ambiental para evaluar su conformidad con los requisitos de la mencionada Norma. A la vez se realizan auditorías internas, al menos, una vez al año.
2. **Herramienta Green:** desde 2007y hasta la actualidad, el Grupo Danone ha desarrollado y mantenido una herramienta específica para la evaluación dinámica del riesgo ambiental. Los sistemas de gestión y control (Normas ISO 14001 y Auditorías de Cumplimiento Legal, entre otros) nos proporcionan buenos indicadores sobre nuestra performance ambiental, pero consideramos que estas herramientas son, sin embargo, insuficientes cuando el objetivo es prevenir accidentes ambientales. GREEN fue creado por lo tanto, en vista de convertirse en la herramienta de referencia en la evaluación de riesgos ambientales en las plantas del Grupo Danone para obtener una visión general de los riesgos existentes y poder encarar planes de acción para disminuir al máximo el riesgo ambiental. GREEN no está destinada a ser una herramienta estática. Por el contrario, acompaña a las plantas en sus modificaciones y mejoras. Esta herramienta puede ser utilizada para realizar autoevaluaciones, en vista de la ejecución de aquellas medidas correctivas necesarias sin esperar a la auditoría formal realizada por una tercera parte. Ésta se realiza de acuerdo a un cronograma estipulado por el grupo y como resultado de la misma se disparan luego planes de acción para gestionar las debilidades identificadas.
3. **Herramienta Carbon y Water Footprint⁸:** para conocer la Huella de Carbono de sus productos a través de la estimación de las emisiones de GEI (gases de efecto invernadero) y el consumo de agua relacionada con el ciclo de vida del producto. Su objetivo consiste en reducir la huella de carbono y el consumo de agua a través de diversos planes de acción relacionados con i) la reducción de packaging (uso de materiales reciclados en el packaging primario, secundario y terciario), ii) el uso de biomateriales, iii) el consumo de energía en procesos industriales, iv) la utilización de estrategias logísticas innovadoras y v) el uso de materiales reciclados y reciclables.
4. **Acciones ambientales en planta:** i) se reciclan residuos generados a partir de nuestros procesos productivos y ii) existe un Plan de Acción de reducción de consumo energético y un Plan de reducción del consumo de agua.
5. **Herramienta SPRING⁹:** se evalúan los siguientes aspectos: i) Gestión, donde se identifica el conocimiento, monitoreo, protección, identificación de riesgos y recurso humano encargado de la fuente; ii) Aspectos regulatorios, donde se analiza si las fuentes están declaradas y habilitadas, si la calidad del agua es acorde a las especificaciones regulatorias y si se gestiona correctamente al agua industrial; iii) Implicaciones locales, donde se evalúa el conocimiento sobre los principales actores y organismos (ONG's,

⁸Carbon footprint es una herramienta propia.

⁹Sustainable Protection and Resources managing es una herramienta desarrollada por el grupo Danone para la evaluación de la gestión del recurso hídrico

asociaciones, autoridades de aplicación), la aplicación de un plan de acción para fortalecer los vínculos con ambiente local, la participación activa e intervención en la definición de planes de acción locales, si se evalúa el avance y los impactos de los planes de acción implementados.

6. **Acciones ambientales en la Reserva Villavicencio: se basan en los principios rectores de Conservación (se trabajan de la mano de investigadores), protección (vigilancia de fuego) del patrimonio cultural, y la educación ambiental.** Los mismos se llevan adelante mediante i) el Plan de Erradicación de Basurales y control de la basura en diferentes partes de la Reserva, ii) el Plan de reforestación en la zona de “Agua de los Pajaritos”, iii) el Plan de Capacitación para el cuidado del medioambiente con participación de escuelas (educa sobre la importancia del cuidado del agua y la conservación del ambiente a escuelas de la Provincia de Mendoza), se comunica a través de las redes sociales hablando de la conservación, iv) la promoción del turismo de bajo impacto, como tercer destino turístico y continuación de la ruta del vino de Mendoza (132904 turistas), v) se trabaja en la preservación de la fauna.

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

Desde el punto de vista de la implementación de la política ambiental y de calidad, se espera continuar con las acciones activas actuales tanto en las plantas (uso de agua, energía, CFP, GREEN, SPRING) como en la Reserva Natural.

- Se comenzó y continuará apoyando una campaña de acompañamiento a Supermercados La Anónima en la prohibición de uso de bolsa de plástico en la Patagonia Argentina.
- Se está impulsando un Proyecto de Ley en la provincia de Mendoza para que Villavicencio sea declarada como Reserva Nacional.

Desde la Reserva Villavicencio se pretende continuar con todos los planes implementados y,

- Se comenzó con la limpieza mensual de la Ruta 52 desde el Hotel hasta la planta de producción y se logró la recuperación del casco de la Estancia Canota.
- Se generó un programa para mejorar la cartelería¹⁰ y mejorar los senderos de interpretación dentro de educación ambiental en colaboración con una escuela de Cruz de Piedra de Mendoza a quien se donaron máquinas y se entregaron materiales en forma de pago de la mano de obra.
- Se realizaron dos cursos de capacitación con todos los guarda parques de la provincia de la Escuela Latinoamérica, un curso de 1 semana intensivo sobre control y vigilancia en las áreas protegidos y de sensibilización y concientización de turismo en áreas naturales protegidas para promotores de turismo.
- Se plantarán año a año 400 ejemplares de algarrobos en 4 islas separadas.

Para 2012, Danone espera:

- Implementar la utilización de r-PET (PET reciclado) en nuestro packaging.
- Llegar al 95 % de reciclado de los residuos generados a partir de nuestros procesos productivos en nuestras plantas industriales.
- Implementar el sistema Hidre (en Argentina y Uruguay) destinado a concentrar todos los datos del recurso agua y lograr un mayor conocimiento de los sistemas hidrogeológicos de nuestras plantas.

¹⁰El objetivo central es la educación, (prevención de fuego y conocer el patrimonio del lugar) e indicadores.

	<ul style="list-style-type: none"> • Concretar el lanzamiento de una nueva herramienta (GHG Protocol) que permita medir nuestras emisiones de GEI. • Profundizar el trabajo integral en todas las áreas, inclusive con proveedores para mejorar la cadena de valor. • Realizar la evaluación y auditorías de proveedores críticos en materia ambiental. • En la Reserva, mantener activos los planes actuales, promover la participación de niños a través de “Guardaparques por un día” y ampliar los senderos de interpretación.
Resultados	<p>Medición de resultados (esperados) y valor agregado a nuestra compañía</p>
	<p>Nuestro progreso:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. El Sistema de Gestión Ambiental se encuentra certificado bajo al Norma ISO 14.001 con el siguiente alcance: “Diseño y desarrollo de bebidas hídricas y envases PET. Soplado de envases PET y elaboración, embotellado, almacenamiento de bebidas hídricas y agua mineral natural en planta Villa del Sur. Soplado de envases PET y elaboración, embotellado, almacenamiento de bebidas hídricas y agua mineral natural de manantial en planta Villavicencio. Actividades realizadas en la Reserva Natural Villavicencio para los visitantes. Actividades administrativas realizadas en Casa Central, pisos 9° y 10°. Actividades de almacenamiento, logística y distribución de aguas minerales y bebidas hídricas desarrolladas en el Centro de Distribución Buenos Aires. 2. La herramienta Green se encuentra implementada en el 100% de establecimientos industriales. 3. Las mediciones de la herramienta Carbon footprint arrojaron en 2010 que el CFP fue de 147,4 g CO2 eq/ Kg (DDR - Danone Direct Responsibility) y en 2011 el valor alcanzado fue de 119,7g CO2 eq / Kg lo que significó una reducción del 18,8%. 4. Reciclaje de residuos generados en plantas industriales: partiendo de la línea de base del 80% en 2007, se alcanzó el 89% de residuos reciclados en 2010 y el 92,5% en 2011. El Plan de reducción del consumo de agua se verifica avances comprobables durante 2011: a) la tasa de utilización de agua (TWU) se redujo un 5,91% respecto del valor de 2010; b) la tasa de utilización de agua natural (NWU) se redujo un 11,18% respecto del valor de 2010 y c) la utilización de energía se redujo un 16,34% respecto del valor de 2010. 5. La herramienta SPRING se aplica en el 100% de las plantas. Se evalúan los planes de acción definidos cada 3 meses y revisión general anual. 6. Se han logrado limpiar 120 km de ruta de basura; 5.913 alumnos de escuelas provinciales participaron de actividades de educación sobre la importancia del cuidado del agua y la conservación del ambiente (aproximadamente 130 escuelas, 452 profesores, 618 padres y 531 horas); la Reserva Natural Villavicencio tiene un perfil con 547 amigos o suscriptores y una página con 442 Me Gusta o seguidores en facebook. En cuanto a la reforestación, Se plantaron 70 algarrobos (de los cuales, en un relevamiento realizado en 2012, se observó que hay 68 vivos y 2 muertos). Se colocaron 60 carteles dentro de la Reserva. Se limpiaron 12 toneladas de la Estancia Canota lo cual se logró su recuperación. En cuanto a la capacitación ofrecida relacionada con Control y vigilancia en las áreas protegidos asistieron 39 guarda parques. Al Curso de sensibilización y concientización de turismo en aéreas naturales protegidas para promotores de turismo,

	asistieron 60 personas. Respecto a la preservación de la fauna, se trabajó en la conservación de 4 individuos de guanacos y se relocalizaron 2 pumas.
--	---

ANTICORRUPCIÓN	
PRINCIPIO N 10	Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno
Acciones	<p>Nuestro Compromiso o Política</p> <p>ADA adopta e implementa localmente políticas tendientes a garantizar la transparencia en todas sus formas y con relación a todos sus grupos de interés. Los Principios de Dirección del Negocio constituyen la principal iniciativa que da coherencia a los sistemas y procesos establecidos para evitar, identificar y reportar cualquier forma de corrupción. En tal sentido:</p> <ul style="list-style-type: none"> i) proporciona periódicamente a sus Accionistas información transparente, velando por el respeto de los reglamentos bursátiles y de los principios del gobierno de empresa para mantener su confianza; ii) en relación a sus Competidores no realiza ningún acuerdo ni arreglo que pudiera afectar la libre competencia; iii) establece que los Empleados deben abstenerse de asumir compromisos imprudentes con respecto a su función, y no utilizarán los fondos u otros activos de su sociedad o del Grupo Danone de cualquier otra manera que no sea en el marco de una operación conforme a las actividades y los objetivos de la Compañía. Al mismo tiempo, los empleados deben evitar todo conflicto entre sus intereses personales directos o indirectos (es decir que atañen a sus cónyuges, su familia o las personas que dependen de ellos) y los intereses del Grupo Danone. iv) respeta las diferentes reglamentaciones provenientes de las autoridades sanitarias del país como prueba de respeto a los Consumidores. v) adopta una actitud responsable como Ciudadano Corporativo del país, rechazando toda forma de corrupción. En los Principios de Dirección del Negocio, queda establecido que los pagos o beneficios ocultos, directos o indirectos, en favor de los clientes, proveedores, representantes de los poderes públicos y, de manera general, todos los terceros interesados, están terminantemente prohibidos. De la misma manera, los asalariados de ADA no deben en ningún caso aceptar tales pagos o beneficios de la parte de terceros que tengan una relación de negocios con el Grupo Danone.
	<p>Una descripción breve de nuestros Proceso o Sistemas</p> <p>Entre los principales Procesos o Sistemas se destacan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Protocolo de aceptación de los Principios de Dirección del Negocio: los principios son comunicados y firmados por todos los empleados de Danone al momento de ingreso a la Compañía. Cada 2 años son revalidados.

	<p>2. Danone tiene establecido un estricto circuito para el Control de Procesos: i) implementado con base en la Ley Sarbanes-Oxley un proceso de control integrador, el cual abarca a toda la operación de la compañía, con un monitoreo regular, a través de la confección de distintas matrices, testings, y reportes semestrales. ii) que incluye un circuito de Reporte de fraude a nivel corporativo que se implementa a través de la herramienta Dango¹¹ que efectúa el control de puntos críticos (autocontrol y auditorías internas) y se publica todos aquellos potenciales fraudes que haya podido tener la compañía y iii) a través de Danone Way se lleva adelante una autoevaluación anual y una auditoría externa cada 3 años (Grupo+KPMG).</p> <p>3. Sistema DIALERT: el “Dispositivo Interno de Alerta” garantiza la comunicación entre todo el personal y la Dirección General de Riesgos del grupo en caso de que se detecten violaciones a los procedimientos de control interno, las normas contables y financieras y las normas anticorrupción. Todos los empleados de la empresa están informados sobre esta posibilidad y se garantiza tanto la confidencialidad como el anonimato del denunciante (en caso de ser necesario). Danone asegura que todo empleado que haya utilizado de buena fe este sistema de alerta, estará protegido y no podrá estar expuesto a ninguna sanción de parte de su empleador. DIALERT utiliza los siguientes canales de comunicación: a) habituales a través del superior jerárquico, recursos humanos o departamento jurídico, b) directamente a la Dirección del grupo por teléfono, carta o internet (desde 2010).</p>
	<p>Actividades emprendidas en el último año / planificadas para el próximo año</p> <p>En el marco del sistema de control de procesos, ADA está en proceso de implementación de SAP (y continuará en 2011) como tecnología ERP y en función de ello se están procedimentado distintos aspectos del negocio lo que traerá mayor transparencia interna.</p>
Resultados	<p>Medición de resultados (esperados) y valor agregado a nuestra compañía</p> <p>1. Tanto el Protocolo de aceptación de los Principios de Dirección del Negocio como el sistema DIALERT alcanza al conjunto de empleados de la compañía.</p> <p>2. Control de procesos implementado en base a la Ley Sarbanes-Oxley: el reporte de junio fueron 31 controles y un nivel de deficiencia del 3 %. Todos los años se mejora. El objetivo era de 1,4 y se logró 0,94. La mejora se atribuye a la mayor cantidad de controles.</p> <p>3. La calificación de estrellas obtenida fue de 4 en un máximo 5 estrellas. (Auditoría KPMG)</p>

¹¹Dango fue desarrollada por Danone y además de contemplar lo determinado por SOX, contiene una matriz de riesgo de evaluación. Se entiende como riesgo a todo aquello que hace peligrar la estrategia de la compañía. Emite un Reporte anual y obligatorio que debe ser presentado por el Director Financiero. Cada dos años se efectúa la revisión de un proceso crítico diferente



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

Por el momento, la CoP se publicará en el sitio web del Pacto Global.

