

Aguas Danone de Argentina S.A. (ADA)
Pacto Global de Naciones Unidas para la Responsabilidad Social Empresaria
Comunicación de Progreso 2012



AGUAS DANONE
ARGENTINA

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

Buenos Aires, Argentina, octubre de 2013

1





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 S.A. es un honor enviarle por tercer año consecutivo nuestra Comunicación sobre el Progreso correspondiente al período 2012. Lo hacemos 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 y con el firme convencimiento de avanzar localmente con los valores universales que practicamos.

Aguas Danone de Argentina S.A. 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. En este período hemos continuado trabajando una estrategia de articulación con nuestra 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).

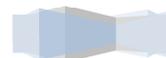
En esta oportunidad queremos subrayar que la compañía decidió diseñar y formular durante 2012 una estrategia de sustentabilidad enraizada en las necesidades locales y así generar un marco específico para las acciones de la organización en Argentina. El punto de partida fue una experiencia de aprendizaje e intercambio entre los colaboradores y distintas organizaciones de base que dio origen a su visión.

La misma manifiesta que “En ADA lideramos de manera proactiva y consistente la construcción de un planeta más saludable, inspirando y movilizandoo a nuestros empleados y a los argentinos a adquirir hábitos diarios amigables con el medioambiente”.

Finalmente y a través de este reporte compartimos nuestros avances pero también renovamos nuestro compromiso con la mayor iniciativa global sobre sustentabilidad y asumimos el desafío de continuar construyendo una alimentación saludable para la mayor cantidad de personas en Argentina y el mundo.

Lo saludamos con nuestra consideración más distinguida,

Facundo Etchebere
Director de Asuntos Corporativos
Aguas Danone de Argentina SA



Contenido

Descripción breve de la naturaleza de la empresa.....	4
DERECHOS HUMANOS.....	5
PRINCIPIO N° 1.....	5
Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos a nivel internacional dentro de su ámbito de influencia.	5
PRINCIPIO N° 2.....	5
Las empresas deben asegurarse de no ser cómplices en la vulneración de los derechos humanos.	5
DERECHOS LABORALES.....	10
PRINCIPIO N° 3.....	10
Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.....	10
PRINCIPIO N° 4.....	10
La eliminación de toda forma de trabajo forzoso y obligatorio.	10
PRINCIPIO N° 5.....	10
La erradicación del trabajo infantil.....	10
PRINCIPIO N° 6.....	11
La eliminación de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.	11
AMBIENTE.....	13
PRINCIPIO N° 7.....	13
Las empresas deben mantener un enfoque preventivo orientado al desafío de la protección medioambiental.....	13
PRINCIPIO N° 8.....	13
Las empresas deben comprometerse en iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.	13
PRINCIPIO N° 9.....	13
Las empresas deben alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas del medioambiente.	13
ANTICORRUPCIÓN.....	20
PRINCIPIO N° 10.....	20
Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.....	20
¿Dónde pueden sus <i>stakeholders</i> encontrar la CoP –además de en el sitio web del Pacto Global de Naciones Unidas-?	23



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 Boussois-Souchon-Neuvesel (BSN), una compañía francesa de vidrio y embalajes. Durante los años siguientes, esta compañía dinámica y en rápido crecimiento se convierte en Groupe Danone, el único grupo de alimentos con foco absoluto en la salud.

A principios de los setenta, BSN cambia su foco estratégico y adquiere Evian, Kronenbourg y Blédina. En 1996, Antoine Riboud le cede el liderazgo a su hijo Frank y comienza un proceso de reestructuración estratégica que hace que la compañía crezca y amplíe su participación en el mercado. Ese mismo año desembarca en la Argentina, tanto con lácteos como con aguas.

Líder en alimentación saludable: en América Latina es la empresa Nº 1 en productos lácteos frescos y aguas embotelladas.

Con el objetivo de cubrir todas las necesidades alimenticias y nutricionales, el Grupo Danone (una empresa en constante evolución) trabaja para lograr un posicionamiento líder en la industria de la alimentación saludable a través de 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 (ADA)

En línea con la meta de liderar los mercados mundiales, el Grupo adquiere las dos compañías más importantes de agua mineral de la Argentina. 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 que proviene de una Reserva Natural.

ADA produce y embotella agua mineral y las bebidas más ricas, placenteras y saludables. A estos pilares históricos y marcas líderes se le suman, desde 2002, dos innovadores productos que, al estar hechos sobre la base de agua mineral, revolucionaron el mercado nacional e, incluso, crearon una nueva categoría de bebidas: Villa del Sur Levité, una bebida regular sin gas, que ofrece al consumidor la combinación perfecta entre sabor, naturalidad y placer, porque combina el agua mineral Villa del Sur con jugo de frutas y Ser, una propuesta *light* que ayuda a cuidar el cuerpo sin resignar placer.

Por su desempeño, vinculado con el impacto económico, social y ambiental de sus estrategias y operaciones, Danone se ubica entre las primeras compañías de los rankings Dow Jones Stoxx y World, ASPI Eurozone y Ethibel.

Durante 2012, la empresa decidió diseñar una estrategia de sustentabilidad y generar un marco para las acciones de la organización basado en una experiencia de aprendizaje e intercambio entre los colaboradores y distintas organizaciones de base. Así nació la visión **Nature, el camino hacia la sustentabilidad**: "En ADA lideramos de manera proactiva y consistente la construcción de un planeta más saludable, inspirando y movilizándolo a nuestros empleados y a los argentinos a adquirir

hábitos diarios amigables con el medioambiente”.

Además, se formularon los pilares de acción estratégicos sobre los que se trabajará específicamente:

1. **Acceso al agua.** Ser referentes en el acceso al agua potable y ser reconocidos por la proximidad y la implementación de modelos innovadores.
2. **Uso del agua y manejo sustentable de las cuencas hidrográficas.** Ser guardianes de los recursos hídricos en los sitios donde operamos y ser referentes en la gestión sustentable del recurso hídrico.
3. **Impacto directo de nuestras operaciones.** Mejorar continuamente el desempeño ambiental en nuestra cadena de valor y cocrear soluciones con los grupos de interés.
4. **Conservación de la biodiversidad y forestación.** Ser reconocidos, a través de Villavicencio, como la empresa que más contribuye a proteger las áreas naturales de la Argentina.
5. **Packaging, fin de vida y reciclado.** Ser reconocidos por nuestro compromiso con el fin de vida de los productos y poseer un embalaje sustentable.
6. **Comunicación, percepción de los consumidores y cambio de hábitos.**

Estos cimientos están totalmente alineados con los ya conocidos pilares fundamentales del Grupo Danone, que se describen en los principios ambientales (página 13): 1. Combatir el cambio climático; 2. Agua; 3. *Packaging*; 4. Biodiversidad y 5. Agricultura sustentable.

DERECHOS HUMANOS	
PRINCIPIO N° 1	Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos a nivel internacional dentro de su ámbito de influencia.
PRINCIPIO N° 2	Las empresas deben asegurarse de no ser cómplices en la vulneración de los derechos humanos.
Acciones	Nuestro Compromiso o Política
	<p>Danone se enorgullece de realizar un doble proyecto, 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 grupos de interés) se aborda desde cuatro temáticas: People, For all, Health y Nature. Sobre todas ellas, Danone actúa con una mirada integral en toda su cadena de valor, al articular 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 cocreados por Danone junto con organizaciones sociales, para generar actividad económica con impacto social en su “ecosistema” de negocios. • Livelihoods Fund, un fondo mutual de inversión en créditos de carbono para restaurar ecosistemas y crear 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 siguientes áreas: Educación en hábitos saludables, Acceso a la</p>

alimentación y Desarrollo comunitario. Potencia los esfuerzos a través de sus empresas, Danone Argentina S.A. y Aguas Danone de Argentina S.A., al apoyar o desarrollar prácticas innovadoras y referenciales de manera integrada con actores de clave de la comunidad, para llegar al mayor número de personas posibles y animar el desarrollo de una vida saludable.

Así, asume el compromiso de respetar y apoyar los derechos humanos, y de realizar acciones para favorecer su cumplimiento tanto entre el personal de la empresa como en sectores desfavorecidos socioeconómicamente. Principalmente, se ocupa de:

- i) **Promover una visión integral de las personas**, que fomente la salud y un adecuado balance entre la vida familiar y la laboral, para asegurar estándares de calidad de la vida laboral.
- ii) **Fomentar la salud de la población** a través de la calidad de sus productos y de acciones concretas que aumenten 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 para fortalecer los derechos humanos en el ambiente de trabajo:

1. Fortalecimiento de la **política de seguridad y salud** con especial foco en:
 - a. El conocimiento de los factores de riesgo, para lo cual se implementa una estrategia de comunicación a través del uso de cartelera, la organización de un Día de la seguridad y de la Feria de Salud, que consiste en una Jornadas de 6/9 horas de entrenamiento basado en conceptos clave de seguridad y hábitos saludables, donde ADA tiene el compromiso de parar la operación para que asista todo el personal.
 - b. La prevención de los factores de riesgo, al garantizar el acceso a un gimnasio y sus vestuarios ubicados en las oficinas, la constitución de un *running team*, turnos para masajes (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; luego, los equipos ganadores viajan a la final mundial (Danona Francia designa al país-sede: por ejemplo, en 2008 se realizó en Lisboa; en 2010, en Miami y en 2012, en Tokio).
 - c. Facilitar el acceso a profesionales de la salud, como un médico clínico a diario en todos los centros de trabajo, para realizar consultas, indicación de tratamientos específicos y chequeos periódicos; un dentista para control odontológico (en centros operativos, plantas y AZA); un nutricionista en el centro de trabajo para control de colesterol, peso, talla, altura y seguimiento tanto de un plan alimentario personalizado como de un cronograma de vacunación basado en el calendario oficial (antitetánica y antigripal).
 - d. Llegar activamente a las familias del personal, a través de acciones como la Feria de seguridad y el Taller de nutrición infantil, al que se convoca a las familias de los

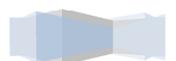
empleados y empleadas.

2. Medidas específicas orientadas a fomentar el **balance entre la vida familiar y la laboral**. ADA implementa beneficios para encontrar un mejor equilibrio entre la vida privada de los empleados y sus actividades de trabajo. Como ejemplo el Viernes Danone, jornada reducida de 8 a 14 horas todos los viernes del año o sus variantes: Semana Danone y Día de trámite mensual, que se adapta a las necesidades de cada centro de trabajo. A su vez, otorga licencias especiales cuando fallece un familiar, días de estudio, un día posúltimo final de la universidad, un día libre por cumpleaños y medio día por festejo de cumpleaños de hijos menores de 12 años. Además, todos los años se invita a los hijos de empleados a conocer dónde trabaja el padre o la madre. Por último, implementa Encaminada, un programa de orientación vocacional para los hijos de los empleados que están por comenzar la Universidad.
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 para el personal directivo (gerentes) y el personal de convenio. Además, se reconoce con una plaqueta a los empleados que tienen 15, 20, 25 o más años de antigüedad.
4. **Beneficios adicionales**. ADA entrega *packs* de productos al personal de los centros operativos, plantas y AZA (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 y de manera colectiva los cumpleaños de los empleados de la empresa llamados "Danoners". También existe una política de otorgamiento de préstamos y anticipos para todo el personal (préstamos por causas de fuerza mayor o desastre de hogar, por ejemplo, y anticipos por un plazo máximo de 3 meses consecutivos de hasta un 20% del sueldo). Desde 2012, se sumaron beneficios adicionales como: i) *lunch* o agasajo especial de festejo por el día de la primavera y ii) acceso a tarjeta de beneficios Club La Nación y entrega de diario o revista semanalmente.

Algunos procesos para fortalecer el **derecho a la salud en la comunidad**:

Entre las múltiples actividades que ADA despliega como asistencia a la salud y a la educación vale la pena destacar los siguientes Programas vinculados con la salud:

1. El Programa (**nutrición**)² continuó en 2012. Trabaja sobre el desarrollo de las nuevas aristas y mantiene el esquema de talleres a docentes y la utilización de contenidos desarrollados en ediciones anteriores. El programa pone a disposición *kits* educativos autogestionables y un sitio web y redes sociales para descargar información y herramientas. Además, incluye talleres para facilitadores en centros comunitarios, clubes y otros espacios.
2. Se mantuvo activo el sitio para profesionales www.hidratacionysalud.com.ar y comenzó la migración hacia la nueva plataforma <http://www.h4hinitiative.com/>, que recoge los contenidos del espacio anterior, mejora la navegabilidad e incluye enfoques novedosos.



3. Programa **Mamá, Papá: ¡Prefiero Agua¹!**: a través de esta iniciativa, ADA se acerca a jardines de infantes y escuelas de todo el país para promover la hidratación saludable entre los más chicos. En 2012, se relanzó como programa específico sobre hidratación a partir de los aprendizajes de los años anteriores, el *feedback* de los docentes y la necesidad de poner foco en la hidratación saludable. Para ello, ADA se acerca a docentes de niños de entre 5 a 8 años de Buenos Aires y promueve la hidratación saludable entre los más chicos. Además, ya está participando de eventos del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires y otras jurisdicciones.
4. Se continuó apoyando la campañas de prevención Ser – LALCEC de **lucha contra el cáncer de mama**.
5. **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 y debaten sobre las últimas novedades científicas en la materia (www.h4hinitiative.com). Desde 2009, ADA definió como un desafío estratégico que también los líderes de opinión argentinos participen en este evento. Para eso, se hizo cargo de los gastos del viaje y estadía de personas claves en el ámbito de la nutrición.

Algunos procesos para fortalecer los **derechos humanos en general**:

1. **Programas sociales y comunitarios:**

- a. Según lo convenido en un 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, en 2012 se replicó el programa **“Mamá Amor”** de apoyo integral a las madres y sus hijos de hasta los 3 años de edad. El Programa incluye seguimiento médico asistencial y talleres para el cuidado psicomotor, cognoscitivo, del lenguaje y socioafectivo. Así, busca consolidar el acceso de los niños a educación, contención y buena alimentación. En esta edición, se continuó la especial atención en la nutrición de los titulares. La Fundación P.U.P.I., a su vez, recibió *kits* escolares para todos los niños que atiende.
- b. **Vinculación educativa:** el plan anual de visitas de instituciones locales a la planta incluye inducción de seguridad y 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 de Chascomús; iii) donaciones de agua y productos, y iv) continúa vigente la herramienta de microdonaciones *Teaming*, que permite a colaboradores de las empresas fundadoras e interesados en la acción social involucrarse, a través de apoyo económico, con las acciones de los Grupos Solidarios que cumplen con la misión de la Fundación Danone para la asistencia a la salud y la educación. Así, se realizaron diferentes acciones solidarias, ejecutando los fondos donados por los colaboradores y un presupuesto equivalente que la Fundación pone a disposición.

¹ Desde hace cinco años se implementa un programa educativo como parte de la estrategia directa de acercamiento con la comunidad.

	<p>Actividades emprendidas en el último año / planificadas para el próximo año</p> <p>Durante 2013, se comenzará con el Programa de relacionamiento con <i>stakeholders</i> para promulgar la hidratación saludable (a cargo del Departamento Hidratación y Salud).</p>
Resultados	<p>Medición de resultados (esperados) y valor agregado a nuestra compañía</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La política de salud: i) es comunicada mediante una cartelera al 100% de los trabajadores (1.413 personas); ii) supone acceso al gimnasio para 145 empleados y 227 colaboradores del <i>running team</i>; iii) otorga turnos para masajes a 257 personas; iv) facilita el acceso para todo el personal a servicios de control odontológico (planta de Chascomús, Mendoza y AZA) y a servicios nutricionales en el centro de trabajo, para control de colesterol, peso, talla, altura y plan de seguimiento personalizado; v) garantiza planes vacunatorios específicos según el calendario oficial (antitetánica a 789 empleados de Chascomús, Mendoza y AZA y antigripal para el 100%); vi) ofrece a todos los empleados bebidas, productos lácteos y frutas en los centros de trabajo ; vii) realiza una jornada de entrenamiento² en el concepto de salud para 226 empleados de Mendoza, y viii) está enfocada en las familias del personal a través de la Feria de seguridad (789 empleados de Chascomús, 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 2012, Viernes Danone fue utilizado por 342 Danoners de la Sede Uriburu y Ventas; Semana Danone, por 82 de Chascomús; Día de trámite mensual, por 73 Danoners de AZA, y las licencias extendidas por 833 empleados en todas las locaciones. Del <i>Childrens day</i> participaron 1.021 personas y de Encaminada, 1.413. 3. La política de reconocimiento incluye el bono anual para <i>managers</i>, líderes y supervisores (418 personas) y para empleados de Convenio (902). 4. Los beneficios adicionales relacionados con entregas de productos se aplican a las plantas de Chascomús, Mendoza y AZA (en 2012 alcanzaron a 835 personas). La entrega y los descuentos para comprar leche maternizada se aplican al total de los empleados. El descuento en Ser Spa beneficia a 651 empleados de Sede, Uriburu y AZA (si bien es para todos los Danoners de la compañía, estos tres sitios de trabajo son los más cercanos al Spa). Los regalos corporativos se extienden al 100% del personal y los festejos, junto con los regalos de cumpleaños, comenzaron 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 557 empleados. 5. Acciones de promoción del derecho a la Salud en la comunidad: <ol style="list-style-type: none"> 5.1. El Programa (nutrición)² alcanzó durante 2012 a cerca de 80.000 personas, a través de 24 talleres para padres, 2 talleres para referentes comunitarios y 175 <i>kits</i> autogestionables enviados a diferentes escuelas; 3 acciones apoyadas de la obra de teatro musical Supersaludable³; 1 taller de capacitación en desarrollo de actividades lúdicas para voluntarios de Danone; 3 actividades sobre hábitos saludables desarrolladas por voluntarios de Danone; 13 activaciones eventuales, y la información puesta a disposición en la página web y las redes sociales.

² El trabajo se detiene medio día para que todo el personal asista al mismo tiempo.

³ <http://www.supersaludable.org/comediamusical.html>

	<p>5.2. El Programa Mamá, Papá: ¡Prefiero Agua!⁴ contactó a más de 159.000 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. También se emitieron informes en los noticieros de horarios centrales de Telefé, Canal 9, América TV y Canal 26. En el interior de país, el tema fue cubierto por los diarios La Voz del Interior (Córdoba), Los Andes (Mendoza), La Capital (Santa Fe) y La Gaceta (Tucumán). Por último, la hidratación fue ganando espacio en la agenda de la comunidad científica.</p> <p>5.3. Para la campaña de sensibilización contra el cáncer de mama, se invirtieron \$330.000 en acciones de difusión.</p> <p>5.4. En 2012, participaron del evento Hydratation 4 Health dos referentes de la Asociación Argentina de Dietistas y Nutricionistas Dietistas y dos Danoners (del área de Investigación y Desarrollo). Además, se realizaron distintas acciones de prensa para informar a la comunidad sobre hidratación: 1) FAGRAN (ingestión de líquidos); 2) AADYND (challenge 15 días VDS); 3) Panel de Expertos (estrategias para fomentar una hidratación saludable); 4) SLAN (estudio que compara la ingesta de líquidos en la Argentina, México y Brasil), y 5) Jornada SAN (intervenciones educativas con impacto en la salud).</p> <p>5.5. Material informativo en revistas de supermercados: si solo se considera a Walmart, se logró publicar una nota en su revista interna, con una tirada de 60.000 ejemplares de distribución gratuita en locales, la entrega de 100.000 folletos (tipo collarín de botella) con consejos de hidratación y la instalación de 500 cubreislas, en islas especiales de agua en los pasillos.</p> <p>6. Programas sociales y comunitarios:</p> <p>6.1. Se invirtieron \$10.000 en las actividades de difusión de la fundación P.U.P.I.</p> <p>6.2. La inversión en programas sociales y comunitarios alcanzó los \$3.327.060 (29% más que en 2010), lo que manifiesta un claro compromiso con las organizaciones que acompañan la tarea de la Fundación Danone. Parte de esas donaciones se tradujo en la entrega 2.100.892 litros de agua. Durante 2011, los empleados que aportan en <i>Teaming</i> recaudaron \$97.407 y la Fundación, por su parte, aportó la misma cantidad por lo que, en total, los Grupos solidarios recibieron \$194.814.</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.

⁴ El programa nació hace 5 años y recorrió escuelas de todo el país.

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 suscribió en el marco del Pacto Global de Naciones Unidas para la Responsabilidad Social Empresaria.</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 de su propio proyecto económico y social. 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.</p> <p>Concretamente, ADA implementa:</p> <ul style="list-style-type: none"> i) Mecanismos que promueven y garantizan 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> <ol style="list-style-type: none"> 1. Medidas específicas orientadas a la ampliación de derechos laborales: <ul style="list-style-type: none"> a. Información de las cifras de negocio, a través de la comunicación de los principios de dirección y de las reuniones mensuales de Avance de Negocios para todo el personal. b. Igualdad de oportunidades para personas con discapacidad. c. Aumento de las oportunidades de trabajo para mujeres y de la extensión de las licencias por paternidad (5 días de licencia desde el nacimiento más 15 días de media jornada laboral); las madres pueden extender su licencia durante 30 días más de lo que indica la ley, si usan su hora de lactancia anual toda junta, y además, pueden optar por trabajar media jornada durante los siguientes 30 días; desde 2011 funciona el lactario para todas las mamás que requieran su espacio de privacidad , para que puedan extender el período de amamantamiento con comodidad en el lugar de trabajo. 	

	<p>d. Mejores condiciones y medioambiente de trabajo con transporte, comedor en planta, acceso a ejecutivos de cuenta de entidades bancarias, servicio médico en el lugar de trabajo e inclusión de familiares en las fiestas de fin de año.</p> <p>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 en el cual se transmiten la visión, misión, objetivos y valores de la empresa; también se realiza un entrenamiento específico a todo el personal en el modelo de liderazgo CODE de Danone, para lo cual se detiene la operación durante 24 horas. Otra jornada de similares características es el Día de la Seguridad, 8 horas durante las que se comparten y repasan conceptos claves en seguridad, para alinear el desarrollo de toda el personal en su conjunto. Además, se promueven las visitas a planta de empleados de ADA desde otros centros de trabajo.</p> <p>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. Además, se organiza una reunión mensual donde se comparte información sobre temas como seguridad, calidad, salud, medioambiente, focos comerciales, proyectos, novedades, productos, resultados de negocio y objetivos del negocio.</p> <p>4. Esquemas que garantizan las prácticas sindicales: ordenamiento gremial para todos los trabajadores y apoyo a la representación sindical en espacios internacionales.</p>
	<p>Actividades emprendidas en el último año / planificadas para el próximo año</p> <p>Entre las acciones de ampliación de los derechos laborales, se implementó el <i>home office</i> 1 vez por semana.</p>
Resultados	<p>Medición de resultados (esperados) y valor agregado a nuestra compañía</p> <p>Nuestro progreso:</p> <p>1. Se facilita el acceso a los principios de dirección de negocio al 100% de los colaboradores. Desde 2007, ADA pasó de 176 mujeres en puestos directivos a 219 en 2010, 223 en 2011 y 250 en 2012). Continúan empleadas 3 personas con discapacidad. Durante 2012 se benefició a 54 personas con licencias extendidas por maternidad y paternidad. Además, 5 mamás usaron el lactario.</p> <p>2. El transporte es utilizado por 584 trabajadores de los sitios de Mendoza y Chascomús. También hay un comedor para 789 empleados en esos sitios. La asistencia bancaria se realiza un día a la semana –un día específico para cada entidad- en Sede Central, Uriburu y Chascomús, con la presencia de representantes de 3 instituciones bancarias.</p> <p>3. En el marco del plan de desarrollo, en 2012 a) se capacitaron 1.309 empleados; b) se invirtió en 43.199 horas de capacitación, que significó un promedio de 33 horas anuales por persona; c) se desarrolló el Día de la seguridad para 789 personas de Chascomús, Mendoza y AZA, y d) participaron 358 empleados de Chascomús en la Jornada Fénix.</p> <p>4. El sistema de medios de comunicación alcanza al 100% del personal.</p>

	<p>5. En representación de ADA, se apoyó la participación de un delegado gremial en las jornadas anuales de la Unión Internacional de Trabajadores de la Alimentación, Agrícolas, Hoteles, Restaurantes, Tabaco y Afines⁵ (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.</p>
--	---

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.
PRINCIPIO N° 9	Las empresas deben alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas del medioambiente.
Acciones	<p>Nuestro Compromiso o Política</p>
	<p>“Un alimento sano proviene de un medioambiente sano. El verdadero compromiso con la naturaleza es la clave para lograr nuestra misión a largo plazo”.</p> <p>Los productos de Aguas Danone de Argentina provienen de la naturaleza y sus ciclos. Por eso, el compromiso de conservar un medioambiente natural y saludable resulta clave para cumplir con su misión: brindar salud a través de los alimentos a la mayor cantidad de gente posible.</p> <p>Aguas Danone de Argentina cree firmemente que la naturaleza y los negocios no se oponen, sino que pueden servir para fortalecerse el uno al otro. Este es el fundamento para una estrategia con la que todo y todos se benefician: el planeta, los negocios y la gente.</p> <p>Nuestra visión de sustentabilidad</p> <p>ADA lidera de manera proactiva y consistente la construcción de un planeta más saludable, inspirando y movilizándolo a sus empleados, en particular, y a los Argentinos, en general, a adquirir hábitos diarios amigables con el medioambiente.</p> <p>En 1995, el Grupo definió estrictos estándares de producción medioambientales para sus fábricas y comenzó a verificar, en 1997, su cumplimiento a través de auditorías internas. En 2001, las plantas de Danone en la Argentina ya habían completado sus primeras certificaciones de la norma ISO 14.001. En 2006, el Grupo lanzó a nivel internacional su herramienta GREEN (Global Risk Evaluation for Environment), que resume los riesgos</p>

⁵ La sindicalización de trabajadores de Danone, dentro del 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.), fundado el 28 de octubre de 1946.



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.

La gestión de medioambiente se focaliza en cinco áreas clave:

1. **Cambio climático.** El objetivo prioritario es reducir la huella de carbono a lo largo de toda la cadena de valor en la que la responsabilidad directa de Danone está en juego (plantas de producción, *packaging* y fin de vida del producto, y transporte y almacenamiento).
2. **Agua.** Proteger nuestros recursos hídricos (política de agua subterránea creada por Danone en 2005), en particular en aquellas zonas donde estos son escasos, y utilizarlos en armonía con los ecosistemas locales y comunidades locales, respetando el ciclo natural del agua. La estrategia del grupo pone su foco en cuatro áreas: proteger el recurso, 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 buscó reducir el impacto medioambiental de su *packaging*, basado en una visión de 360° del ciclo de vida del producto⁶. Desde 2008, Danone mide, tanto en la Argentina como en el mundo, las emisiones de dióxido de carbono de su *packaging*, para monitorear la reducción de carbono.
4. **Biodiversidad.** Proteger la biodiversidad en los sitios donde opera Danone, a lo largo de todo el ciclo de vida y en todo el mundo. La defensa de la biodiversidad está en el centro de su estrategia de preservación de recursos. Todas las zonas de captación de agua mineral promueven prácticas para mantener la biodiversidad. En la Reserva Villavicencio, no solo se protege la biodiversidad sino que también se vela por la pureza de del agua.
5. **Agricultura sustentable.** Danone es consciente de que tiene un papel fundamental en la promoción del crecimiento y el desarrollo de la agricultura sostenible y en la reducción de emisiones de carbono, requisito esencial para satisfacer las expectativas de los consumidores en términos de responsabilidad y equilibrio nutricional. A principios de 1999, Danone se unió a la FARRE (Foro para la Agricultura Sostenible en Francia). En 2002, cocreó junto con otras empresas el SAI (Iniciativa para una Agricultura Sostenible), una plataforma internacional para promover la agricultura sostenible en el mundo. En 2004, el compromiso de Danone para la promoción de prácticas agrícolas responsables con 20.000 productores de leche llevó a la creación de Estándares Agrícolas de Danone (DQSE) que, gracias a las técnicas de producción sostenibles, permiten a los agricultores reducir el consumo de fertilizantes, agua y energía no renovable.

El respeto por el medioambiente está en los genes de Aguas Danone de Argentina. Y está integrado a la estrategia de la empresa. Este avance progresivo se asienta en los fundamentos históricos y políticas del grupo: cocreación 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 busca solo reducir la huella sino también, y sobre todo, transformar en profundidad las prácticas de la compañía y desarrollar proyectos que tengan un impacto positivo sobre nuestro planeta, construyendo

⁶ En 2000, el grupo publicó una guía de *packaging* de ecodiseño. Nuestra estrategia de al respecto contempla también la incorporación paulatina de materiales alternativos.

así una ventaja competitiva para sus marcas. Este es un indicador de la sustentabilidad del cambio y del desempeño económico del grupo a largo plazo.

Así, en el marco del Sistema de Gestión Integrado de Calidad y de Medioambiente ADA promueve, adopta, implementa y difunde una política de calidad, seguridad alimentaria y medioambiente orientada a prevenir los riesgos ambientales, que fomenta una mayor responsabilidad ambiental y alienta el desarrollo y la difusión de tecnologías inocuas para el medioambiente. En este sentido:

- i) Gestiona correctamente los 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 medioambiente y minimiza los impactos que sus actividades puedan implicar.
- v) Se compromete a brindar a los consumidores y clientes productos saludables y placenteros, acordes a sus necesidades y expectativas, a través del desarrollo de sus actividades y del respeto y la protección del medioambiente.

La estrategia en la Argentina

Durante 2012, como ya se mencionó, se realizó un taller de construcción colectiva, denominado **Nature, el camino hacia la sustentabilidad**. Como resultado, se logró formular una nueva visión:

“En ADA lideramos de manera proactiva y consistente la construcción de un planeta más saludable, inspirando y movilizándolo a nuestros empleados y a los argentinos a adquirir hábitos diarios amigables con el medioambiente”.

Además, se formularon los pilares de acción estratégicos sobre los que se trabajará a detalle a partir de 2013:

1. **Acceso al agua.** Ser referentes en el acceso al agua potable en la Argentina y ser reconocidos por la proximidad y modelos innovadores.
2. **Uso del agua y manejo sustentable de las cuencas hidrográficas.** Ser guardianes de los recursos hídricos en los sitios donde operamos y ser referentes en la gestión sustentable del recurso hídrico en la Argentina.
3. **Impacto directo de nuestras operaciones.** Mejorar continuamente el desempeño ambiental en nuestra cadena de valor y cocrear soluciones con los grupos de interés.
4. **Conservación de la biodiversidad y forestación.** Ser reconocidos, a través de Villavicencio, como la empresa que más contribuye a proteger las áreas naturales de la Argentina.
5. **Packaging, fin de vida y reciclado.** Ser reconocidos por nuestro compromiso con el fin de vida de los productos y poseer un embalaje sustentable.
6. **Comunicación, percepción de los consumidores y cambio de hábitos.**

Estos cimientos están totalmente alineados con los ya conocidos pilares fundamentales del Grupo Danone: 1. Cambio climático; 2. Agua; 3. *Packaging*; 4. Biodiversidad, y 5. Agricultura Sustentable, previamente descritos.

Reserva natural Villavicencio.

La Reserva natural Villavicencio es un lugar único, donde la naturaleza conjuga todos los elementos que dan vida a un agua termal de características únicas y gran pureza, y donde la mano del hombre se hace presente para protegerla. Al noroeste de la provincia de Mendoza, a 50 Km. de su capital por la ruta provincial 52 y rumbo al corazón de la cordillera, se encuentra este espacio de singular belleza que integra la Red de Áreas Naturales protegidas de la Provincia de Mendoza. Ubicada en el departamento de Las Heras, la Reserva Natural Villavicencio abarca una superficie de 72.000 hectáreas y se extiende por la Sierra de Uspallata, en la Precordillera de los Andes, entre los 900 metros sobre el nivel del mar al ingresar a la reserva y los 3.200 metros sobre el nivel del mar en la cruz de Paramillos.

La Reserva tiene un valor histórico, cultural y arqueológico muy importante, que la convierten en un gran atractivo para el turismo, dado que ofrece a sus visitantes paisajes tan variados como encantadores. Su gran extensión y variedad de alturas permiten visualizar tres tipos de ambientes: el cardonal, el monte y la puna. La gran extensión es un albergue ideal para una gran diversidad de flora y fauna.

Además, la Reserva Natural Villavicencio posee atractivos importantes por su valor histórico, cultural y arqueológico. Entre ellos, las ruinas jesuíticas, el monumento de Canota, donde se separó el ejército libertador, el bosque de araucarias fósiles encontradas en 1835 por el mismísimo Charles Darwin y el icono central de Mendoza y de la marca: el Hotel Termal Villavicencio.

La zona le debe su nombre a uno de sus primeros pobladores, el Capitán Joseph Villavicencio, oriundo de Tenerife, quien se instala en la región, aproximadamente, en 1704.

La denominación de Reserva Natural fue concedida oficialmente en 2001 por la Dirección de Recursos Naturales Renovables, órgano dependiente del Gobierno de la Provincia de Mendoza.

En 2009 se incorporó al Programa Refugios de Fundación Vida Silvestre Argentina (FVSA), una red de reservas naturales privadas que fue creada por convenio entre los propietarios de estos terrenos y la FVSA. Así, se asegura la protección de los ecosistemas naturales y de las especies de flora y fauna nativas, se preserva a los recursos hídricos de la contaminación antrópica -sobre todo, a los cursos de recarga y a los acuíferos subterráneos de agua mineral natural- y se protege y profundiza el conocimiento del patrimonio arqueológico e histórico de la región.

En virtud de la relevancia de su patrimonio, Villavicencio impulsó la declaración de esta área como Reserva natural con el compromiso de **cuidar, conservar, proteger y preservar** este espacio único y su riqueza natural autóctona.

- **Cuidar.** Preservar los recursos hídricos de la zona de Villavicencio, para evitar las acciones que puedan perjudicar los recursos naturales del área.
- **Conservar.** Desarrollar los estudios básicos de los recursos y promover su conservación a través de la educación ambiental.

- **Proteger.** Cuidar y profundizar el conocimiento del patrimonio natural, cultural, arqueológico e histórico de la región.
- **Fomentar la actividad turística de bajo impacto ambiental.** Incentivar el uso de la Reserva mediante actividades turísticas con bajo impacto ambiental, para respetar el carácter social de la zona y los tesoros que se protegen en estas tierras.

En la Reserva natural Villavicencio se cuida y protege una gran variedad de flora y fauna, y también lugares históricos y de gran riqueza arqueológica.

Con respecto a la relación con las partes interesadas, ADA promueve el establecimiento de alianzas estratégicas con actores locales, agencias gubernamentales, instituciones de investigación, agencias de turismo y ONG locales. Además de fomentar la conservación del medioambiente por medio de la ejecución y mejora del Plan de Gestión (manejo de la reserva), cumple con los principios de conservación reconocidos a nivel internacional, para asegurar la conservación de la biodiversidad y el patrimonio histórico y cultural.

Una descripción breve de nuestros proceso o sistemas

Entre los principales procesos o sistemas se destacan:

1. **Sistema de Gestión Ambiental:** ADA implementó un Sistema de Gestión Ambiental en las Plantas Industriales, Centro de Distribución, Reserva Natural Villavicencio (actividades a visitantes) y oficina central, y lo certificó según la Norma ISO 14.001. Este sistema permite evaluar sus aspectos ambientales, además de minimizar y controlar sus impactos ambientales. Una vez por año, un ente verificador externo audita este Sistema de Gestión Ambiental para evaluar si cumple los requisitos necesarios. A la vez, se realizan auditorías internas, por lo menos una vez al año.
2. **Herramienta GREEN (*Global Risk Evaluation for ENvironment*):** en 2007, el Grupo Danone desarrolló GREEN, una herramienta específica para la evaluación dinámica del riesgo ambiental, que se utiliza hasta la actualidad. GREEN fue creada con el objetivo de convertirla en la herramienta de referencia en materia de evaluación de riesgos ambientales en las plantas del Grupo Danone, para obtener una visión general de los riesgos existentes y encarar planes de acción que disminuyan al máximo el riesgo ambiental. GREEN evalúa 34 criterios que están, a su vez, divididos en 13 aspectos clave de la gestión ambiental: permisos y habilitaciones; emisiones gaseosas; suministro de agua potable; bacteria Legionella; descarga de efluentes líquidos; descarga de efluentes pluviales; control de derrames; gestión de residuos; sustancias de uso restringidos; riesgos; suelo y agua subterránea; amoníaco, silos, y riesgo de GLP, y certificación ISO 14001. GREEN no está destinada a ser una herramienta estática. Por el contrario, acompaña a las plantas en sus modificaciones y mejoras. Puede ser utilizada para autoevaluaciones, que permitan implementar medidas correctivas antes de que se realicen las auditorías externas formales que se realizan según un cronograma estipulado por el Grupo. A partir de ellas, se disparan planes de acción para gestionar las debilidades identificadas.
3. **Herramienta *Carbon y Water footprint***⁷: se utiliza para conocer la huella de carbono y de agua 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 es reducir la huella de carbono y el consumo de agua a través de diversos

⁷ Carbon footprint es una herramienta del Grupo Danone.

planes de acción relacionados con i) la reducción de *packaging* (uso de materiales reciclados en envasado primario, secundario y terciario); ii) el uso de biomateriales; iii) el consumo de energía y agua 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 durante nuestros procesos productivos; ii) existe un plan de acción de reducción de consumo energético y un plan de reducción del consumo de agua, y iii) se implementó la utilización de r-PET (PET reciclado) en formato 500 y 1.500 de Villavicencio.
5. **Herramienta SPRING⁸:** 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 se adecúa a las especificaciones regulatorias y si se gestiona correctamente al agua industrial, y iii) implicaciones locales, donde se evalúa el conocimiento sobre los principales actores y organismos (ONG, 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 y el avance e impactos de los planes de acción implementados.
6. **Sistema Hyde:** de acuerdo con los planes de 2011, durante 2012 se implementó un sistema destinado a concentrar todos los datos del recurso agua y a aumentar el mayor conocimiento de los sistemas hidrogeológicos de sus plantas en la Argentina y Uruguay. Este sistema constituye la principal base de datos para concentrar calidad del agua georeferenciada porque cruza información de gestión de laboratorio.
7. **Herramienta GHG Protocol:** se puso en marcha la medición de las emisiones de dióxido de carbono a través de la conocida herramienta GHG Protocol. Por el momento, las mediciones y reportes se realizan sobre la base de los alcances 1 y 2 de la herramienta.
8. **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 de la educación ambiental. Estos principios se realizan a través de i) plan de capacitación para el cuidado del medioambiente con la participación de escuelas (educa sobre la importancia del cuidado del agua y la conservación del ambiente a escuelas de la Provincia de Mendoza), que se comunica a través de las redes sociales; ii) programa Guardaparques por un día; iii) promoción del turismo de bajo impacto, como tercer destino turístico, y continuación de la ruta del vino de Mendoza (132.904 turistas); iv) mantenimiento y mejora continua de la cartelera; v) apoyo a los proyectos de investigación en arqueología y paleontología; vi) plan de trabajo en preservación de la fauna y la flora, y vii) articulación con el sector público provincial, nacional y social.
9. **Acciones de incidencia y concientización ambiental:** para proteger los bosques nativos, se pusieron en marcha i) la campaña Dejá tu huella, junto con la ONG Banco de Bosques: por cada botella vendida durante mayo y junio de 2012 Villavicencio se comprometió a proteger un metro cuadrado de bosque nativo de la región chaqueña y ii) la campaña Dale un giro, un primer paso para seguir concientizando sobre la importancia de la

⁸ *Sustainable Protection and Resources managing* es una herramienta desarrollada por el grupo Danone para evaluar la gestión del recurso hídrico.

	<p>separación de residuos, la compactación de botellas PET y su posterior reciclaje, ya que aborda la problemática del reciclaje de forma integral y propone cambios en los hábitos para cuidar el medioambiente. En este sentido, la alianza con Banco de Bosques es clave porque, además de promover la compactación y el reciclaje de botellas PET, se brinda un servicio de recolección de estos materiales que la ONG utiliza para salvar bosque en peligro.</p> <p>Actividades emprendidas en el último año / planificadas para el próximo año</p> <p>Desde el punto de vista de la implementación de la política de calidad, seguridad alimentaria y medioambiente, se espera modificarla para incluir el término “deleite del consumidor” en aspectos vinculados con la calidad de los productos e incorporar los requerimientos legales de naturaleza voluntaria a los que la empresa suscriba.</p> <p>Desde la Reserva Natural Villavicencio, en 2013 se continuarán todos los planes implementados. Además, continuamos con:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mantenimiento de carteles colocados en 2011 y el desafío del embellecer 3 espacios miradores para apreciar el paisaje, a través de la colocación de carteles panorámicos. • Impresión de la Guía de Aves, que contiene 150 especies de pájaros de la Reserva Natural Villavicencio. • Declaración de las visitas escolares como de interés educativo provincial y la capacitación exclusiva a docentes en articulación con el Instituto Provincial de Ciencias Ambientales. • Refuncionalización de la página web de la Reserva, para que sea accesible desde <i>smartphones</i>. • Reforestación mediante la creación de un vivero, para tener los propios árboles a partir del banco de semillas de la Reserva Natural Villavicencio; estopara esto, se involucrará a las escuelas en el cuidado del plantín, para que pueda ser plantado a fin de año. • Finalizar la incorporación de dos senderos de interpretación, uno de paleontología (primero en la Provincia) y otro en la Quebrada de Hornillos. Se espera que ambos puedan ser transitados por personas con discapacidad ambulatoria. <p>Desde el área de medioambiente, para 2013 ADA espera:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Incrementar la implementación de la utilización de r-PET (PET reciclado) en el <i>packaging</i> (incorporar más formatos y mayor proporción de r-PET). 2. Profundizar el trabajo integral en todas las áreas, inclusive con proveedores para mejorar la cadena de valor. 3. Realizar la evaluación y auditorías de proveedores críticos en materia ambiental.
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 está 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

	<p>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”.</p> <p>2. La herramienta Green fue implementada en el 100% de los establecimientos industriales. Todos cumplieron con los objetivos propuestos por el grupo para las plantas estratégicas.</p> <p>3. En 2011, las mediciones de la herramienta Carbon footprint revelaron una reducción del 18.8% con respecto a los valores de 2010 (DDR - Danone Direct Responsibility). En 2007, Grupo Danone se fijó un objetivo de reducción del 30% para el período 2008-2012: a nivel mundial, la meta alcanzada fue del 35% (para ADA, la reducción fue del 36,5% en el mismo período).</p> <p>4. Reciclaje de residuos generados en plantas industriales: a partir de la línea de base del 80% en 2007, en 2010 se alcanzó el 89% de residuos reciclados; en 2011, el 92,5% y en 2012, el 93,7%. Durante 2012, el plan de reducción del consumo de agua verifica también avances comprobables: a) la tasa de utilización de agua (TWU) se redujo un 4,40% respecto del valor de 2011 y b) la utilización de energía se redujo un 3,24% respecto del valor de 2011. La implementación de r-PET (PET reciclado) en el <i>packaging</i> fue del 20% en los envases de 500 ml y 1.500 ml de Agua Villavicencio.</p> <p>5. La herramienta SPRING se aplica en el 100% de las plantas. Se evalúan los planes de acción definidos cada 3 meses y se realiza una revisión general anual.</p> <p>6. Participaron alrededor de 6.000 escuelas provinciales de actividades de educación sobre la importancia del cuidado del agua y la conservación del ambiente (aproximadamente, 140 escuelas, 452 profesores, 618 padres y 531 horas); la Reserva Natural Villavicencio tiene un perfil con 2.700 amigos en Facebook y Villavicencio, 369.525 seguidores. Continuó el mantenimiento de la Estancia Canota y se la destinó para uso de fin de semana de los empleados. En cuanto a la capacitación ofrecida sobre control y vigilancia en las áreas protegidas, asistieron 39 guardaparques. 40 personas asistieron el curso de sensibilización y concientización de turismo en áreas naturales protegidas para promotores de turismo y trabajaron sobre cómo se diagrama el uso público dentro de la Reserva. A través de charlas y entregas de bolsas (con % de reciclado) de recolección de basura que se llevan al finalizar la visita, participaron 70.000 niños del programa Guardaparques por un día. El enfoque general es la articulación con todos los actores que apoyan el trabajo de la Reserva Natural Villavicencio a nivel provincial y nacional (sector público, privado y social), entre los que se encuentran Jefatura de áreas protegidas de la Secretaría de Ambiente Provincial, Dirección de Vialidad, Universidad Nacional de Cuyo, Instituto de Investigación de Zonas Áridas del CONICET y el Ministerio de Salud Provincial.</p>
--	--

ANTICORRUPCIÓN	
PRINCIPIO N° 10	Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno
Acci one	Nuestro Compromiso o Política

	<p>ADA adopta e implementa a nivel local las políticas para garantizar la transparencia en todas sus formas y en relación con 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 con sus competidores, no realiza ningún acuerdo ni arreglo que afecte la libre competencia. iii) Establece que los empleados deben abstenerse de asumir compromisos imprudentes con respecto a su función y que no se 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 a 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 y rechaza 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. Además, los asalariados de ADA no deben aceptar en ningún caso pagos como esos o beneficios de 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 cuando ingresan a la Compañía y son revalidados cada 2 años. 2. Danone tiene un estricto circuito para el control de procesos: i) implementado sobre la base de la Ley Sarbanes-Oxley, un proceso de control integrador que abarca a toda la operación de la compañía, con un monitoreo regular, a través de la confección de distintas matrices, testeos y reportes semestrales; ii) que incluye un circuito de Reporte de fraude a nivel corporativo, implementado a través de la herramienta Dango⁹, que efectúa el control de puntos críticos (autocontrol y auditorías internas) y publica los potenciales fraudes a la compañía, y iii) a través de Danone Way se lleva adelante una autoevaluación anual y una auditoría externa cada 3 años.

⁹ Dango 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 lo que hace peligrar la estrategia de la compañía. Emite un reporte anual y obligatorio, que debe ser presentado por el director financiero. Cada 2 años se efectúa la revisión de un proceso crítico diferente.



	<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. Además, 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 o b) directamente a la dirección del grupo por teléfono, carta o internet (desde 2010).</p> <p>4. Sistema SEDEX para la auditoría social de proveedores: busca impulsar mejoras en las prácticas empresariales en lo que respecta a la ética y la responsabilidad de sus cadenas de suministro. El producto principal es una base de datos en línea (internet) segura que permite almacenar, compartir y generar informes acerca de las normativas laborales, la prevención de riesgos laborales y el medioambiente. Se aplican a nuevos proveedores, pero también se realizan revisiones periódicas a los existentes. Se focalizan en calidad, con parámetros de responsabilidad social empresarial como: 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 y cuidado del medioambiente. Los resultados alcanzados no suman en el <i>score</i> final, pero forman parte de la sección Observaciones del informe de auditoría. Si no cumple con las normativas laborales, se les piden planes de acción y se los deja en estado condicional o de baja. Todos los proveedores cumplen con las condiciones sociales.</p>
	<p>Actividades emprendidas en el último año / planificadas para el próximo año</p>
	<p>5. Durante 2012 se usó el Modelo de gestión de riesgos Vestalis Risk Mapping: a través del cual se detectan los riesgos que pueden interferir en la estrategia de la compañía según su frecuencia y potencialidad. Se realizan planes de contingencia para mitigarlos desde la dirección.</p>
<p>Resultados</p>	<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 alcanzan al conjunto de empleados de la compañía.</p> <p>2. Control de procesos implementado sobre la base de la Ley Sarbanes-Oxley: según el reporte de junio se realizaron 31 controles y se detectó un nivel de deficiencia del 3%. Todos los años se observan mejoras. El objetivo era de 1,4 y se alcanzó el 0,94. La mejora se atribuye a un aumento en la cantidad de controles. Se reportó un caso por dos vías sin perjuicio económico.</p> <p>3. La calificación de estrellas obtenida fue de 4 sobre un máximo de 5.</p> <p>4. En 2012, se realizaron 12 auditorías sociales de proveedores.</p>

--	--

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

Por el momento, esta comunicación sobre el progreso se publicará en el sitio web del Pacto Global.

