# COMUNICACIÓN DE PROGRESO

## **Año:** 2009

Satisfacemos las necesidades diarias de nutrición, higiene y cuidado personal con marcas que ayudan a la gente a verse bien, sentirse bien y disfrutar más la vida. Nuestra aspiración es satisfacerlas de manera sustentable. En el corazón de nuestro propósito corporativo está el impulso de crecer responsablemente y de esa manera crear un valor a largo plazo para todos nuestros grupos de interés: empleados, proveedores, accionistas, clientes, consumidores, el medio ambiente y la sociedad en general.

A través de nuestra misión entendemos que "trabajamos por un futuro mejor cada día", un concepto integrador que atraviesa todas las acciones de la empresa. Una convicción apoyada en la capacidad de cambio de una compañía que llega todos los días a 2.000 millones de personas; trabajando por un mundo mejor desde la compra de materias primas, recorriendo nuestra cadena de valor, hasta el uso que los consumidores hacen de nuestros productos.

En este camino, velamos por el cumplimiento a los diez Principios propuestos por el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, a los cuales adherimos en la Argentina, y estamos firmemente dispuestos a vivir e integrar en la conducción y desarrollo de todo nuestro negocio.

Como parte de nuestro compromiso con la Red Argentina del Pacto Mundial presentamos nuestra Comunicación de Progreso correspondiente al año 2009, con el objetivo de dar a conocer las iniciativas realizadas en función a estos diez Principios. A su vez, seguimos participando activamente en la Mesa Directiva en la Argentina, rol que hemos aceptado en la última renovación de autoridades.

A continuación presentamos las acciones que reflejan nuestro compromiso con la práctica de negocio responsable. Esperamos, a través de las próximas páginas, poder reflejar nuestras actividades de desarrollo sustentable destinadas a promover y apoyar los derechos humanos, derechos laborales, el cuidado del medioambiente y la transparencia en la gestión del negocio.

Miguel Kozuszok
Presidente Unilever Cono Sur
Noviembre 2010

**Contacto:** Tarcisio Mülek **Email:** tarcisio.mulek@unilever.com **Teléfono:** + 54 11 4509-2618/4509 2555

| Descripción breve de la naturaleza de la empresa |
|---|
| Unilever es una empresa líder en el sector de consumo masivo. Hace más de 80 años que está en la Argentina, y cuenta con dos grandes unidades de negocio: Cuidado Personal/ Limpieza del Hogar y Alimentos.<br><br>En la Argentina emplea a más de 4.500 personas, tiene 8 plantas productivas y un centro de distribución, haciendo posible su presencia en todos los hogares del país.<br><br>Gracias a la calidad de sus productos, la trayectoria de su marcas, el aporte de sus programas de desarrollo sustentable, su prestigio como empleador preferido y su vínculo transparente con sus grupos de interés, es una de las compañías más admiradas tanto a nivel global como local.<br><br>Desde la misión de la empresa de "trabajar por un futuro mejor cada día", buscamos satisfacer las necesidades de los consumidores que, como ciudadanos responsables, exigen a sus marcas productos de calidad que promuevan la salud, el cuidado del medio ambiente y el desarrollo de la sociedad.<br><br>Unilever cree firmemente que la excelencia en el desarrollo del negocio requiere niveles ejemplares de comportamiento con su gente, proveedores, accionistas, consumidores, el medio ambiente y la comunidad en la cual se inserta. |

| PRINCIPIO N 1 | APOYAR Y RESPETAR LA PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS HUMANOS |
|---|---|
| Acciones | **Nuestro Compromiso o Política** |
| | Llevamos a cabo nuestras operaciones con honestidad, integridad y apertura, y con respeto por los derechos humanos e intereses de nuestros empleados. Del mismo, modo respetamos los legítimos intereses de aquellos con quienes nos relacionamos. |
| | **Una descripción breve de nuestros Procesos o Sistemas** |
| | Nos proponemos asumir nuestro liderazgo actuando con responsabilidad en todo lo que hacemos con nuestros empleados, proveedores, clientes y comunidades cercanas a nuestras plantas. Asimismo, tomamos en cuenta los problemas sociales básicos de la comunidad y realizamos acciones concretas que contribuyen al desarrollo social, la educación y, sobre todo, a mejorar la calidad de vida de las personas. A su vez, aseguramos el cumplimiento de los derechos de los trabajadores, brindándoles un ambiente de trabajo seguro y saludable. |
| | **Actividades emprendidas en el último año / planificadas para el próximo año** |
| | **Programa de RE de Dove**<br>En Unilever nos sentimos comprometidos con la esencia de la mujer real y los rasgos que la caracterizan. Por eso, a través de Dove llevamos a cabo distintos Programas vinculados a nuestro compromiso:<br><br>**1. Encuentro Mujeres que inspiran**<br>Junto con la marca de indumentaria femenina MARÍA CHER, presentamos el encuentro "Mujeres que inspiran". Este estuvo dirigido a mujeres emprendedoras, directoras de empresas, profesionales independientes y también para aquellas que buscan inspiración en liderazgos femeninos. La temática del evento giró en torno a la mujer auténtica y real detrás de sus desafíos profesionales. |

Como protagonistas del encuentro se seleccionaron a distintas mujeres: mujeres con talento, mujeres que se comprometen con el desarrollo social, mujeres madres, mujeres que aman aquello que realizan todos los días, mujeres que sienten y que luchan. Las disertantes elegidas fueron: María Cherñajovsky, diseñadora de indumentaria y empresaria; Florencia Peña, actriz; Narda Lepes, chef y conductora televisiva; Jorgelina Racciatti, directora de Dove (Unilever); Florencia Braga Menéndez e Isabel Vásquez, creadora de la Fundación Madres contra el Paco.

**2. Moving Day**

Apoyamos la caminata de mujeres 3K/5K organizada por la marca de zapatos Hush Puppies, a total beneficio de la Fundación Garrahan. De esta forma, colaboramos en la creación de un espacio para disfrutar, caminar, meditar y respirar aire puro pensado para la mujer de hoy. A través de esta acción, logramos promover el movimiento y la vida saludable como medios para mejorar la comunicación de la mujer con ella misma y con los demás. También estuvo la chef Juliana Lopez May, dando consejos sobre una alimentación saludable.

**3. Argentinas**

A través de Dove participamos en "Argentinas", la primera muestra de arte multidisciplinario de la mujer, organizada durante 2009 en el Centro Cultural Borges. Los asistentes disfrutaron de un evento que involucró pintura, escultura, ilustración, instalaciones, videoarte, fotografía, documentales sobre mujeres célebres y proyección de largometrajes entre otras disciplinas.
Se trató de un espacio dedicado a la historia y cultura del rol de la mujer en el país.

**Panel de Ciegos**

En Unilever trabajamos con un panel de personas no videntes en el proceso de evaluación técnica-olfativa de fragancias para nuestros productos de cuidado personal, lavado de ropa y del hogar, y degustación de alimentos. El proyecto, realizado en alianza con la Consultora Stg, comenzó con la colaboración del Banco Interamericano de Desarrollo y el Ministerio de Trabajo bajo su Programa de Inserción para la población Ciega (PILC) en 2002. Así es como, ininterrumpidamente desde entonces, utilizamos el panel como proveedor externo para realizar estas evaluaciones técnicas.

**Fiesta de la gratitud**

Como forma de agasajar a nuestros empleados con trayectoria y de comprometernos con quienes dieron muchos años de su vida a Unilever, año tras año llevamos a cabo la Fiesta de la Gratitud; donde celebramos y entregamos medallas a nuestros recientemente jubilados, agradeciéndoles y reconociendo su experiencia y trayectoria.

**Programa Hacé las cuentas, elegí Ala y sumá beneficios**

Desde sus comienzos, Ala realiza diferentes acciones para estar presente en las comunidades de todo el país. Durante 2009, mediante el Programa "Hacé las cuentas, elegí Ala y sumá beneficios", realizado en alianza con Fundación Escolares, nos propusimos ayudar a las escuelas rurales de la Argentina y trabajar en conjunto para fomentar una mejor educación para los chicos. A través de esta iniciativa, la comunidad que ingresaba al sitio web de Ala (www.ala.com.ar) podía contribuir con su voto a que muchas escuelas tengan un futuro mejor, eligiendo una línea de ayuda: material didáctico, infraestructura y equipamiento o útiles y ropa.

**Programas de Mejora de la Calidad de Vida y la Salud:**

**1. Programa Enjoy Nutrition**

El objetivo de este Programa consiste en promover hábitos alimenticios saludables que mejoren la salud y calidad de vida de nuestros empleados. La fruta constituye la principal fuente de fibras en la dieta y su alto contenido de agua facilita la eliminación de toxinas del organismo y ayuda a mantener hidratado el cuerpo. Por esta razón, ubicamos canastas de

| | |
|---|---|
| | frutas frescas (manzanas y bananas) en oficinas centrales y en algunas plantas productivas. También incluimos barras de cereal, jugo de frutas AdeS, agua fresca, té y otras infusiones.<br><br>**2. Comedor**<br>En las plantas, y a partir de 2009 en las nuevas oficinas centrales, ofrecemos servicio de comedor a todos nuestros empleados. Dentro de las alternativas, contamos diariamente con propuestas más saludables o Light y un servicio de excelente primer nivel, tanto por la calidad de los alimentos como por la diversidad de propuestas, incluyendo a quienes tienen limitaciones específicas de alimentación (por ejemplo, Celíacos).<br><br>**3. Cursos de cocina foodsolutions**<br>Con el objetivo de hacer extensivo a nuestros empleados el avanzado conocimiento que tenemos en la compañía sobre la cocina saludable y buenos hábitos de alimentación, organizamos cursos de cocina dictados por nuestros Chefs de Foodsolutions. Estos se llevaron a cabo a lo largo del año 2009, incluyendo las siguientes clases: "Cocina al Wok y otros tips", "Divina pasta" y "Finger foods".<br><br>**4. Campaña de Safe Travel**<br>Esta campaña tiene como meta fortalecer el conocimiento de la "seguridad vial" de nuestros empleados y sus familias, a través de campañas gráficas de comunicación. Con esta iniciativa intentamos estar en contacto con los conductores y sus necesidades, reforzar la conducción segura, evitar accidentes y replicar una misma campaña con activaciones locales en cada país del Cono Sur.<br><br>**5. Concientización en salud**<br>En 2009 realizamos campañas internas de prevención y concientización en salud, que se difundieron mediante carteleras, Intranet y mailing. Respecto a la prevención contra el Dengue, difundimos entre nuestros empleados la información acerca de cómo se contagia la enfermedad y cuáles son las formas para prevenirla.<br>A su vez, frente a la evolución de la Gripe Influenza AH1N1, lanzamos una campaña interna con información sobre esta enfermedad y su prevención.<br>Durante ambas campañas el Servicio Médico de Unilever se puso a disposición de todos nuestros empleados, para responder sus consultas e inquietudes.<br><br>**Brigada de Emergencia en Planta La Rioja**<br>La finalidad de la brigada es contar con un grupo de personas familiarizadas con los riesgos del establecimiento y entrar en acción eliminando el siniestro o bien controlándolo hasta la llegada de los entes externos de emergencia. Su función consiste en intervenir ante un siniestro y colaborar con el cuerpo de bomberos, policía, defensa civil, emergencias médicas, etc. Asimismo contribuimos al desarrollo del personal voluntario que integra la brigada impartiéndoles conocimientos y capacitaciones extras en materia de emergencias. |
| **Resultados** | **Medición de resultados (esperados) y valor agregado a nuestra compañía** |
| | **Programa de RE de Dove:**<br><br>**1. Encuentro Mujeres que inspiran**<br>La entrada al encuentro fue totalmente gratuita, y contó con la participación de 200 asistentes.<br><br>**2. Moving Day**<br>El evento realizado en el Hipódromo de San Isidro, fue protagonizado por más de 1.000 |

mujeres de todas las edades, que se sumaron a la caminata 3 km y 5 km, y a las clases de stretching, yoga, tai-chi y respiración que se realizaron antes de comenzar la caminata.

**3. Argentinas**
Durante 2009, asistieron 300 personas a la muestra de arte.

**Panel de Ciegos**
El grupo de chicos no videntes que integraron el panel sensorial en 2009 estuvo conformado por un equipo de entre 15 a 18 personas. El trabajo articulado con ellos, nos permitió contar con una mayor aptitud para el análisis sensorial. Esto se debe a que las personas no videntes desarrollan con entrenamiento los sentidos del gusto y del olfato aplicados a fragancias preparadas, así como la capacidad para describir las percepciones a través de los mismos.

**Programa Hacé las cuentas, elegí Ala y sumá beneficios**
Mediante este programa beneficiamos a 95 escuelas rurales (330.000 chicos aprox.). Asimismo, se pudieron comprar más de 1.500 libros para equipar la biblioteca de 18 escuelas. Más de 4.500 alumnos de 74 escuelas diferentes recibieron kits escolares.
Así, logramos estar presente entre las madres, los chicos y la familia sumando valor y aportando positivamente a una de nuestras mayores preocupaciones, el desarrollo de los más pequeños.

**Programas de Mejora en la Calidad de Vida y Salud:**

**1. Programa Enjoy Nutrition**
A lo largo del año buscamos comunicar los beneficios de una buena alimentación y promover hábitos saludables a través de distintas campañas de comunicación interna vía mailing y carteleras.
Como resultado, vimos por empleado se consumieron 1,3 frutas por día y se mostró un menor consumo de café en las oficinas.
En 2009 incorporamos a nuestros snacks saludables el yogurt, para promover la incorporación de calcio en la dieta de nuestros empleados.

**2. Comedor**
Brindamos los menúes más saludables, incluyendo salad bar (con 6 alternativas base y 2 componentes proteicos adicionales) y demás alternativas de platos gourmet, menú pasta, menú wok y menú vital (cocina gourmet liviana o natural) para acompañar una dieta balanceada.

**3. Cursos de cocina foodsolutions**
A través de estos cursos, nuestros empleados pudieron aprender distintos consejos de cocina y opciones saludables para cocinar en sus casas. Participaron más de 100 empleados.

**4. Campaña de Safe Travel**
Durante junio de 2009 llevamos adelante la Semana de la Seguridad Vial, donde participaron Instructores de CESVI (Centro de Experimentación y Seguridad Vial). Ellos fueron los encargados de darle al personal de Unilever, tres charlas sobre distintas temáticas: Distancia de acercamiento entre vehículos, Tipo de neumáticos y su codificación, y Responsabilidad legal ante el caso de accidentes. Además, durante estos encuentros, también se refrescaron los temas de la campaña Safe Travel 2007/2008.

**Brigada de Emergencia en Planta La Rioja**
A través de este Programa llevamos a cabo entrenamientos teórico-prácticos en materia de emergencias e interacción con entes gubernamentales y privados para el bien común de la sociedad. También colaboramos con elementos en desuso útiles para distintos

| | |
|---|---|
| | establecimientos y fuimos multiplicadores de entrenamientos básicos tales como: RCP (respiracion cardio pulmonar), primeros auxilios, uso matafuegos dirigidos a escuelas públicas, entidades privadas e intercambio con otras plantas locales. |

| PRINCIPIO N 2 | NO SER CÓMPLICE DE ABUSOS DE LOS DERECHOS |
|---|---|
| Acciones | **Nuestro Compromiso o Política** |
| | Nos comprometemos a establecer relaciones mutuamente beneficiosas con nuestros proveedores, clientes, socios del negocio y la comunidad en general. En nuestras transacciones comerciales esperamos que nuestros socios se adhieran a los principios del negocio consistentes con los nuestros. |
| | **Una descripción breve de nuestros Procesos o Sistemas** |
| | Hacemos que las personas de nuestra comunidad disfruten más la vida a través de proyectos enfocados en el desarrollo social. Tenemos el compromiso de asumir nuestro liderazgo responsablemente. Para ello, tomando en cuenta las diversas problemáticas sociales y económicas, realizamos acciones concretas y continuas destinadas a fomentar los valores humanos. Consideramos que la capacitación es un factor vital de la compañía, no sólo para el desarrollo del negocio sino también para el crecimiento y evolución de todos nuestros grupos de interés. |
| | **Actividades emprendidas en el último año / planificadas para el próximo año** |
| | **Proyecto "P.U.R.A. (Programa Unilever de Re-Educación Alimentaria)"**<br>Este programa busca llevar herramientas de higiene y manejo de alimentos a entidades no gubernamentales que luchan contra el hambre, a través del desarrollo de talleres prácticos y conceptuales que orientan a referentes de cocina para prevenir enfermedades de transmisión alimentaria (ETA).<br>Está dirigido a personas que se encargan o trabajan en la cocina de hogares, comedores, centros comunitarios, y ONGs que necesitan o desean ampliar conocimientos sobre la preparación de alimentos para que su trabajo en la cocina sea más seguro y no genere enfermedades de transmisión alimentaria. Este programa vincula cuatro sectores fundamentales para el desarrollo comunitario: el Estado (Gestión de la Ciudad), la Academia (Docentes de la UBA), el Sector Social (Entidades Comunitarias) y el Sector Privado (Unilever). La relación entre estos actores multiplica la oportunidad de mejora de cuestiones vinculadas al desarrollo humano como la higiene y la salud alimentaria.<br><br>**Capacitación y nuevas oportunidades: Centro de Formación Técnica (CFT) para la Comunidad**<br>Ofrecemos a la población la oportunidad de capacitarse en aquellas tecnologías que actualmente son requeridas por las industrias. El Programa está destinado a personas de zonas aledañas a nuestras plantas que sean mayores de 18 años, de medianos o bajos recursos, sin acceso a este tipo de capacitación y que tengan estudios primarios completos. Este proyecto nació dentro de la Planta, y luego se extendió a la comunidad.<br>El programa se basa en cursos presenciales y semi-presenciales según el grado de conocimiento de las personas a capacitar. Asimismo, se realizan actividades prácticas presenciales y se desarrollan proyectos propuestos por los instructores y llevados a cabo por los alumnos.<br>Una vez finalizada la carrera, cada alumno recibe un Título Oficial de Operador Industrial Polivalente, certificado avalado por Unilever y la escuela, para el primer nivel (con una duración de un año) y el de operador especializado en máquinas automáticas, para el nivel 2, |

con una duración de un semestre.

**Programa de capacitación y financiamiento a jóvenes empresarios a través de la Fundación Impulsar**

Desde 1999, contribuimos con la Fundación Impulsar, junto a otras ocho empresas fundadoras, en la formación de jóvenes empresarios mediante la educación, capacitación, y financiamiento de emprendimientos.

Los beneficiarios de este programa son emprendedores mayores de 18 años de escasos recursos y poca experiencia, con ideas de negocios que se encuentran en marcha o necesitan capital semilla para su implementación. Las actividades realizadas por la Fundación incluyen: capacitación grupal teórico-práctica para la formulación de un proyecto de microemprendimiento; colaboración económica para su puesta en marcha y desarrollo inicial, y el apoyo al emprendedor a través de un mentor empresarial quien le brinda su ayuda voluntaria como su guía y consejero durante el primer año de ejecución.

**Proyecto Win-Win with the Comunity**

Contribuimos a satisfacer las necesidades diarias de nutrición, higiene y cuidado personal de muchos que no pueden comprar productos. La política de donaciones de Unilever "Win-Win with the Comunity" tiene como objetivo definir los responsables, criterios y procedimientos de estas donaciones. Se busca optimizar la activación, registro y unificación del proceso, para asegurar la donación de los productos elaborados por la compañía, minimizando costos y maximizando el impacto en las comunidades en las que está inserta.

En Unilever Argentina centralizamos el destino de donación de nuestros productos en un sólo conjunto de entidades: la Red Argentina de Bancos de Alimentos. Estas organizaciones sin fines de lucro reciben, procesan y entregan productos de higiene, limpieza y alimentos a otras organizaciones que luchan contra el hambre como comedores comunitarios, jardines de infantes y hogares de niños. Así se garantiza la mayor eficiencia en el proceso y la redirección de los productos por parte de organizaciones especializadas en el tema, llegando a más de 130 mil personas.

**Luzca Bien… Siéntase Mejor**

Buscamos fortalecer la autoestima de mujeres con cáncer ayudándolas a mejorar su imagen y a llevar adelante el tratamiento oncológico con mayor confianza. Por esta razón, apoyamos el programa Luzca Bien… Siéntanse Mejor (LBSM), una iniciativa de Responsabilidad Social de la Cámara Argentina de la Industria de Cosmética y Perfumería (CAPA).

El programa se implementa a través de talleres completamente gratuitos dictados por voluntarias maquilladoras que facilitan: técnicas de maquillaje, asesoramiento estético y sugerencias para el uso de accesorios, con el objetivo de disimular los efectos de los tratamientos.

Brindamos colaboración con apoyo económico, encuadrándonos en la categoría de socios y a través de la participación de nuestros expertos en la Comisión de Responsabilidad Social. Esta comisión establece las estrategias y define las políticas para la implementación de Luzca Bien… Siéntase Mejor. Además, efectuamos la donación de productos cosméticos, que las beneficiarias reciben como obsequio para poder realizar el taller y continuarlo en sus hogares, poniendo en práctica todo lo aprendido.

**Herramientas para la lucha contra el hambre ("computadoras para trabajar mejor")**

Desde el año 2000, junto al Centro de Enseñanza de Tecnología Informática Argentino (CETIA) hemos colaborado con instituciones públicas, colegios y ONGs, aportando equipos de computación reciclados, para que estas instituciones puedan trabajar más eficientemente.

Desde 2008, en Unilever transformamos nuestras donaciones esporádicas en un proyecto sólido. Nos propusimos entregar equipos de computación a entidades sin fines de lucro que luchan contra el hambre, siguiendo la estrategia de Sustentabilidad de Unilever Global con foco en la nutrición e higiene. De esta forma, enviamos equipos informáticos (hard) que CETIA

prepara y alista para las necesidades de las organizaciones. El equipo de personas que lleva adelante este proyecto involucra actores de áreas de Unilever como Information Tecnology (IT), Asuntos Públicos y Comunicaciones (AP&C) y a los integrantes de C.E.T.I.A. quienes trabajan en Belgrano con los equipos y capacitación.

**Programa Renová y ayudá: Red Solidaria y Cif junto a las entidades que luchan contra el hambre**

Un punto importante a la hora de gestionar donaciones es el estado en que llegan los distintos elementos a la comunidad. En este sentido, nuestra fórmula Cif es ideal para renovar objetos todo tipo para que, en buenas condiciones, puedan ser aprovechados en comedores de todo el país. Por eso, a través de la marca Cif, junto a la Red Solidaria, realizamos una campaña para convocar a la gente a donar, previamente "renovadas" y preparadas para ser entregadas en buenas condiciones.

Para ello invitamos a todo el país a que acerque sus objetos renovados a los centros de desarrollo definidos por Red Solidaria distribuidos en todo el país. El mensaje fue difundido en diferentes medios (radio, Internet y gráfica). Asimismo, Cif donó grandes cantidades de producto para esta causa. La campaña solidaria también se replicó puertas adentro para que las personas que trabajan en Unilever pudieran participar sumando su compromiso. En cada planta y oficina se crearon espacios destinados a juntar los objetos que los empleados fueron acercando.

**Maizena: Recetas queridas**

En 2008 y 2009 lanzamos y dimos a conocer "Recetas Queridas", un libro de recetas especialmente dedicado a personas celíacas. El texto fue escrito por Mónica Cortizas, la madre de una adolescente celíaca, quien luego de conocer el diagnóstico de su hija, se propuso enriquecer y alimentar la creatividad de su dieta alimenticia. Ella quería compartir todo lo que había descubierto y aprendido y buscó la ayuda de nuestra marca Maizena para publicar el material. Así fue como elaboró más de 100 recetas que hoy tiene la oportunidad de compartir con toda la comunidad celíaca. Es importante destacar que el libro cuenta con el prólogo del Dr. Julio Bai, Jefe del Departamento de Medicina del Hospital Udaondo, y los consejos de la Licenciada en Nutrición Andrea González.

**Campaña Knorr: Comer en familia**

Realizamos un estudio global efectuado en siete países incluyendo la Argentina, que reveló los beneficios de compartir regularmente la mesa familiar, y la situación actual de los hogares en relación a este momento: qué importancia le asignan, cuáles son los temas de conversación más frecuentes, qué rol cumple la televisión.

Estos estudios demostraron que compartir la mesa familiar regularmente aporta beneficios en términos de bienestar físico, social, emocional y nutricional; así como también al desarrollo, y socialización de niños y adultos. Concientes de ello, tanto en 2008 como en 2009 llevamos adelante una campaña de comunicación masiva para dar a conocer los beneficios de comer en familia.

**Apoyo a campañas del Consejo Publicitario Argentino**

Somos miembro del Consejo Publicitario Argentino desde 1993. La misión de esta organización consiste en realizar campañas de concientización que movilicen a la acción y promuevan cambios de conducta positivos en la población. En Unilever, participamos activamente en la Junta Directiva y el Comité Ejecutivo de esta institución, y formamos parte de las Comisiones de Campañas de "Nutrición Infantil" y "Educación".

Durante 2009 colaboramos con la puesta en marcha de una campaña para generar conciencia sobre la vital importancia de la lactancia materna. Esta acción contó con piezas publicitarias especialmente desarrolladas para TV, gráfica, radio e Internet, y en particular el sitio www.nutrired.org que canalizó las consultas de la población.

Por otro lado, también apoyamos la campaña integral "La Educación es una tarea de todos"

| | |
|---|---|
| | que el Consejo Publicitario Argentino desarrolla desde el año 2006 con el objetivo de renovar el compromiso de todos frente a la educación.<br><br>**Programa de pasantías duales**<br>Esta iniciativa tiene como objetivo dar a conocer herramientas prácticas a los estudiantes de nivel secundario de escuelas técnicas para que se encuentren mejor preparados al momento de insertarse en el ámbito laboral. Además, les da la posibilidad de utilizar esta experiencia para definir su orientación vocacional.<br>En este contexto, establecimos acuerdos marco con 3 escuelas técnicas de la zona de Tortuguitas, las cuales tiene las siguientes especialidades: técnicos en alimentos, técnicos mecánicos, técnicos en informática y gestión.<br>Para ingresar al Programa, los jóvenes son elegidos mediante un proceso de selección convencional, junto con los líderes de cada área. Luego ingresan a la compañía y reciben dos días de inducción. El horario de la pasantía es de 4 horas de lunes a viernes y los acuerdos tienen una duración de 12 a 18 meses.<br>Mediante este programa les damos a los jóvenes la oportunidad, en un futuro cercano, de poder ingresar y ser parte de Unilever.<br><br>**Conociendo Planta La Rioja**<br>Este Programa se lanzó en mayo de 2009 y está dirigido a alumnos de entre 10 a 18 años de escuelas privadas y/o públicas. Consiste en la realización de visitas a la Planta La Rioja en horario escolar. Su objetivo principal es afianzar los lazos entre Planta La Rioja y la comunidad, promoviendo espacios de participación activa con la sociedad. Al final de la visita se les entregan obsequios a los alumnos.<br><br>**Compras inclusivas**<br>En Unilever buscamos integrar en nuestra cadena de valor a las llamadas "empresas sociales", generando impactos positivos sociales, económicos y medioambientales. Uno de ellas es RedActivos - iniciativa de La Usina Asociación Civil, el Cambio en Discapacidad- . Se trata de una empresa social para la comercialización a escala de productos y servicios desarrollados por personas con discapacidad. Su objetivo es promover la autonomía social y económica de estos trabajadores.<br>De la mano de RedActivos y La Usina, realizamos las cajas navideñas para los empleados de la compañía. También realizamos las eco-bolsas corporativas que son utilizadas para envíos de marketing directo. |
| **Resultados** | **Medición de resultados (esperados) y valor agregado a nuestra compañía** |
| | **Proyecto "PURA (Programa Unilever de Re-Educación Alimentaria)"**<br>En el marco del Programa PURA realizamos veinte jornadas de formación en diez centros comunitarios, en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. En conjunto con la Universidad de Buenos Aires y el Ministerio de Desarrollo Social del Gobierno de Ciudad de Buenos Aires, realizamos talleres de capacitación en los que participaron otros centros comunitarios de cada zona. En estos talleres se trabajó en el manejo seguro de alimentos con referentes de cocina que brindan alimentos a un promedio de 300 personas (90% niños) por día.<br>Como todos los años desde el inicio del programa, el 15 de octubre de 2009, realizamos uno de los talleres del PURA haciendo especial hincapié en la higiene de manos y como parte de la actividad del Día Mundial del Lavado de Manos. Más de 50 personas participaron de la capacitación en el Centro Comunitario "Los Vecinitos", de Villa Soldati, en la Ciudad de Buenos Aires. En 2009 los talleres alcanzaron a más de 350 personas de 130 centros comunitarios que llegan a más de 50.000 personas por día.<br><br>**Centro de Formación Técnica (CFT) para la Comunidad**<br>El total de egresados en Planta Pilar fueron 12 alumnos y en Tortuguitas 36 alumnos. |

En 2009, el programa de materias en el Primer Nivel fueron: Electricidad I, Computación y Mecánica Básica. En el Nivel Avanzado fueron: Computación, PLC, Robótica y Mecánica avanzada.

| Resultados 2008 | Cantidad de estudiantes | Cantidad de Materias | Cantidad de hs por Materia | Cantidad de hs en total | Cantidad de turnos |
|---|---|---|---|---|---|
| **Tortuguitas** | | | | | |
| Nivel 1 | 39 | 9 | 32 | 288 | 3(Total hs 864) |
| Nivel 2 | 5 | 5 | 16 | 80 | 2(Total hs 160) |
| **Pilar** | | | | | |
| Nivel 1 | 10 | 7 | 32 | 224 | 1 |
| **Resultados 2009** | **Cantidad de estudiantes** | **Cantidad de Materias** | **Cantidad de hs por Materia** | **Cantidad de hs en total** | **Cantidad de turnos** |
| **Tortuguitas** | | | | | |
| Nivel 1 | 56 | 9 | 32 | 288 | 3(Total hs 864) |
| Nivel 2 | 9 | 5 | 16 | 80 | 2(Total hs 160) |
| **Pilar** | | | | | |
| Nivel 1 | 15 | 7 | 32 | 224 | 1 |

**Programa de capacitación y financiamiento a jóvenes empresarios a través de la Fundación Impulsar**

Durante 2009, en Unilever continuamos como miembros activos del Consejo de Administración de la Fundación. A su vez, brindamos apoyo económico para el desarrollo y sostenimiento de la operación e iniciativa "Emprendedor del Año". También colaboramos con asesoramiento en temas de comunicación y posicionamiento de marca.

Dentro de las actividades realizadas en el año, la Fundación llevó adelante una capacitación en plan de negocio para mujeres vulnerables en la Provincia de Salta junto a la Asociación Conciencia. También se implementaron programas de capacitación para emprendedores en alianza con el sector público. En este sentido, se realizó la primera etapa de la capacitación de emprendedores del Corredor Turístico Catamarca-Tucumán con la Secretaría de Turismo de la Nación. Asimismo, en conjunto con la Dirección de Economía Social del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, se puso en marcha una capacitación sobre herramientas empresariales para fortalecer proyectos de Emprendedores de la Ciudad.

**Proyecto Win-Win with the Comunity**

El 16 de octubre de 2009, Día Mundial de la Alimentación, lanzamos con el Banco de Alimentos de Buenos Aires un concurso de plástica dirigido a más de 500 organizaciones receptoras que luchan contra el hambre. En esta misma fecha, un grupo de empleados de la compañía que trabajan en la donación de productos con el Banco de Alimentos cerró una reunión para reforzar el trabajo conjunto. Asimismo, aprovechamos la fecha para involucrar a nuestra gente en la lucha contra el hambre. Los empleados recibieron información especial sobre el proyecto para generar un compromiso más concreto en una segunda etapa mediante herramientas de comunicación internas.

En 2009 donamos a la Red Argentina de Bancos de Alimentos más de 300.000 kilos de productos alimenticios y 86.600 kilos de productos de higiene y limpieza.

**Programa Luzca bien…Siéntase mejor**

Durante 2009 se realizaron 77 talleres en las diferentes instituciones donde se implementa el programa, logrando una asistencia de 1.322 mujeres. A su vez, donamos un total de 500 productos cosméticos, contribuyendo a crear un espacio de encuentro y acompañamiento con mujeres que atraviesan tratamiento oncológico y comparten la misma situación.

| | 2008 | 2009 |
|---|---|---|

| | | |
|---|---|---|
| Cantidad de talleres | 78 | 77 |
| Cantidad de asistentes | 950 | 1.322 |

**Herramientas para la lucha contra el hambre ("computadoras para trabajar mejor")**
Durante 2009, realizamos una importante donación de 60 computadoras completas y 3 notebooks, lo que equivale aproximadamente a $29.820. De esta forma, logramos que instituciones dedicadas a luchar contra el hambre puedan insertarse en la utilización de tecnología informática, generando capacidades para el desarrollo humano, para mejorar la calidad de vida y disminuir la brecha tecnológica que se produce en el escenario actual. A su vez, asumimos el costo de los fletes para el traslado de equipos al centro de acondicionamiento CETIA.

**Programa Renová y ayudá: Red Solidaria y Cif junto a las entidades que luchan contra el hambre**
Gracias a esta campaña se donaron más de 250 pares de zapatillas, 2.250 juguetes, 2.000 prendas de ropa, 137 libros, una heladera, un lavarropas, 10 televisores, una radio, un radiador, 75 sillas, una silla de bebé, una mesa, 425 elementos de cocina, una bicicleta y una notebook. A su vez Cif donó en productos un equivalente $53.000.

**Maicena: Recetas queridas**
Desde su lanzamiento, la distribución del libro de Maizena se hace de forma gratuita y está disponible para todas aquellas personas que lo soliciten. Además, la comunidad puede conseguir la versión del documento online, ingresando al sitio web de la marca Maizena.

**Knorr: Campaña Comer en familia**
Durante 2009 seguimos implementando la campaña de concientización sobre la importancia de promover la mesa familiar como espacio de encuentro. Para ello realizamos una importante difusión en los medios de comunicación y prensa.

**Apoyo a campañas del Consejo Publicitario**
La campaña sobre lactancia materna que contó con nuestro apoyo y colaboración, logró la adhesión de los medios audiovisuales, que donaron 37.995 segundos y 59 publicaciones, lo que equivaldría a una inversión publicitaria de $5.432.192. En diarios, la campaña se publicó en 55 oportunidades y estuvo presente en todas las provincias del país a través de los diarios locales y nacionales. A su vez en radio, el spot se emitió 564 veces y también se obtuvieron importantes repercusiones en revistas y en Internet.
Por su parte, la campaña educativa logró un total de 59 publicaciones en diarios y revistas que constituyen una inversión publicitaria de aproximadamente $500.000. El mensaje fue publicado en numerosos medios, tales como: La Voz del Interior de Córdoba, El Litoral de Corrientes, Crítica de la Argentina, La Nación, La Capital de Mar del Plata, Los Andes de Mendoza y Página 12.

**Programa de Pasantías duales**
Durante 2009, 25 estudiantes realizaron sus prácticas en las áreas de Producción, Calidad, Finanzas, Recursos Humanos, TPM y Mantenimiento.

**Conociendo Planta La Rioja**
Durante 2009 distintas escuelas visitaron Planta La Rioja. Entre ellas: Escuela ISAE, Escuela Gabriela Mistral, Escuela Pio XII, Escuela Interior, Escuela Mariano Moreno, Escuela Manuel Fangio y Escuela Joaquin V. Gonzalez.

**Compras inclusivas**
A través de este Programa ayudamos a transformar la realidad de los trabajadores con

| | |
|---|---|
| | discapacidad en ciudadanos visibles y económicamente activos. RedActivos cuenta con 12 talleres protegidos de producción y más de 350 trabajadores con discapacidad. Como parte de esta iniciativa en 2009, encargamos a RedActivos la producción de 6.000 cajas navideñas para los empleados de la compañía. Además, 350 eco-bolsas corporativas de Unilever fueron producidas por los trabajadores de los talleres protegidos. |

| **PRINCIPIO N 3** | **APOYAR LOS PRINCIPIOS DE LA LIBERTAD DE ASOCIACIÓN SINDICAL Y EL DERECHO A LA NEGOCIACIÓN COLECTIVA** |
|---|---|
| **Acciones** | **Nuestro Compromiso o Política** |
| | Respetamos la dignidad del individuo y el derecho de los empleados a la libre asociación. Mantenemos buenas comunicaciones con los empleados a través de informaciones brindadas por la compañía y procedimientos de consulta. Al asegurarnos que ellos se encuentren libres para alcanzar y lograr su propio crecimiento personal, su desarrollo y debida recompensa, seguimos fortaleciendo iniciativas que buscan la libertad y el diálogo. |
| | **Una descripción breve de nuestros Procesos o Sistemas** |
| | Hemos desarrollado un conjunto de acciones que permiten a cada uno de nuestros empleados desarrollar sus capacidades como líderes y emprendedores.<br>Estas acciones se dividen en dos tipos de programas: Programas de Capacitación, Desarrollo y Educación Formal; y Programas de Mejora en la Calidad de Vida, Salud y Seguridad. |
| | **Actividades emprendidas en el último año / planificadas para el próximo año** |
| | **Relación con Sindicatos**<br>Contamos con un amplio porcentaje de encuadramiento sindical por parte de nuestros empleados, permitiendo la libre afiliación sindical y el activo involucramiento dentro del marco legal vigente en nuestro país. Es nuestra filosofía generar espacios de participación, buscando garantizar la igualdad de oportunidades y desarrollo para todos nuestros empleados.<br>Mantenemos un marco saludable de excelentes relaciones con los 8 sindicatos con los cuales estamos vinculados en las distintas regiones del país, con una fluida comunicación y relación constructiva con sus respectivas direcciones.<br>También tenemos una activa participación en Cámaras Empresariales, fomentando el diálogo y la negociación conjunta.<br><br>**Programas de Capacitación, Desarrollo y Educación Formal:**<br><br>**Learning Management Sistem (LMS)**<br>El objetivo consiste en promover soluciones de aprendizaje para desarrollar las capacidades, habilidades y competencias necesarias para el crecimiento personal junto al negocio. LMS es un sistema interactivo y digital de gestión de aprendizaje diseñado para promover y estimular el crecimiento profesional, a través de herramientas que potencian el autoaprendizaje, teniendo en cuenta la diversidad de intereses, perfiles y estilos de aprendizaje. Está disponible para todo el personal.<br><br>**Centro de Formación Técnica (CFT) Interno**<br>Este Programa consiste en facilitar al personal de Planta nuevas y variadas herramientas de desarrollo y capacitación, en diversas áreas de interés, a través de cursos accesibles a realizar en Planta.<br><br>**Plan de Desarrollo Personal** |

El objetivo consiste en trabajar sobre el desempeño de los empleados para construir planes que generen oportunidades para desarrollar nuevas habilidades y competencias. Esta iniciativa es una herramienta de diagnóstico que funciona tanto a nivel empleado, como en relación al trabajo en equipo y por áreas.

**Performance Rating (Rating de Desempeño)**
En nuestro negocio necesitamos rendir de manera competitiva tanto en el mercado como individualmente. El Rating de Desempeño nos permite comparar nuestro propio desempeño con el de nuestros pares, para asegurarnos que nuestro rendimiento sea competitivo.

**Programas de Becas Universitarias y Postgrados**
El objetivo consiste en asignar becas de hasta el 50% del costo total para carreras profesionales o postgrados que estén vinculadas a las áreas de posible desarrollo de carrera de un empleado dentro de la empresa.

**Culminación Escuela Secundaria en Planta Mendoza**
La función de este Programa es generar acuerdos con las escuelas de la zona para facilitar la finalización de estudios secundarios de nuestros empleados. La escuela contempla la situación de las personas que trabajan en turnos rotativos y se maneja con una modalidad semi-presencial a través de cuadernillos de trabajo. El alumno debe completarlos y asistir a clases los días que tenga disponible para consultar las dudas que vayan surgiendo y luego rinde los exámenes correspondientes. La empresa colabora con material de estudio como fotocopias y cuadernillos.

**Terminalidad de estudios en Planta La Rioja**
Este Programa alcanza a los empleados de la Planta que no finalizaron sus estudios primarios. El objetivo es motivar al personal para que complete la escolaridad primaria/secundaria, y brindarles los medios, recursos materiales y pedagógicos para la terminalidad del ciclo (libros, útiles escolares, etc.).
Los integrantes del Programa gozan de flexibilidad horaria para poder concurrir a todas las clases. Una vez aprobadas todas las asignaturas, el establecimiento educativo receptivo de la inscripción extiende una certificación. Es importante aclarar que los contenidos de las asignaturas como así también las calificaciones necesarias para la acreditación están alineados a los aprobados a nivel nacional por el Ministerio de Educación.

**Culminación Escuela Secundaria en Gualeguaychú**
El objetivo de este Programa es aumentar el nivel educativo de nuestros empleados, promoviendo el autodesarrollo. La forma de implementarlo es a través del Instituto de Estudios a Distancia, mediante el cual los alumnos cursan y rinden una materia por mes. Cada materia cuenta con su material de estudio que desde RRHH se les facilita, así como también clases satelitales y acompañamiento tutorial virtual.

**Culminación Escuela Primaria en Villa Gobernador Gálvez**
La misión de este Programa es desarrollar en el personal conocimientos, habilidades y aptitudes para alcanzar la alfabetización de las personas que no cursaron la escuela primaria. La metodología implementada se basa en clases teórico prácticas dentro de la Planta, a cargo de un profesional del aprendizaje de adultos avalado por el Ministerio de Educación. Los alumnos reciben apoyo por parte de sus compañeros de trabajo y jefes para poder asistir.
Es importante destacar que existe un programa anual en el que se planifican las actividades para cada uno de los ciclos.

**Programas de Mejora en la Calidad de Vida, Salud y Seguridad**

1. **Beneficios de la Mutual All (Asociación de Ayuda Mutua):**

Consiste en facilitar a todos nuestros empleados, la compra de alimentos y productos de cuidado personal y del hogar a través de una delegación cercana a cada puesto de trabajo, optimizando la utilización del tiempo para favorecer la economía doméstica y el tiempo con la familia. La Asociación de Ayuda Mutua nació en el año 1947, es una de las mutuales con mayor trayectoria en el país, y brinda beneficios tales como: subsidios por nacimientos, 4 Centros de Diagnóstico y Tratamiento, venta de productos de todo tipo, alternativas deportivas, culturales y sociales, turismo y tiempo libre.

**2. Seguridad ocupacional**

Realizamos variedad de campañas de prevención de accidentes de trabajo en todas nuestras Plantas y oficinas. A su vez, desarrollamos planes de capacitación como el Programa BBS (Behaviour Based Safety), programa de seguridad basado en comportamientos.

**Revista interna**

Todos los empleados y los retirados reciben la revista interna que comunica novedades, recibe comentarios y genera actividades para la interacción entre todas las plantas y oficinas.

**Resultados**

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

**Relación con sindicatos**

En el día a día de nuestra operación, respetamos todas las instancias formales e informales contempladas en cada convenio colectivo, como por ejemplo elección de autoridades sindicales y eventos, e incluso adherimos al cronograma de feriados de cada sindicato.
Adicionalmente, generamos iniciativas conjuntas para el desarrollo de servicios e infraestructura, como por ejemplo el Plan de Salud Buco-dental en Gualeguaychú (Sindicato Químicos).

**Programas de Capacitación, Desarrollo y Educación Formal:**

**Learning Management Sistem (LMS)**

En 2009 los usuarios visitaron el sistema, y se realizaron 44 cursos presenciales en diversas temáticas (habilidades generales, competencias, profesional skills, etc.). Algunos de los cursos llevados a cabo fueron: Manejo de conflictos, Técnicas Avanzadas de Presentación, Coaching Skills, Trabajo en equipo, entre otros.

**Centro de Formación Técnica (CFT) Interno Mendoza**

Durante el 2009 buscamos incorporar nuevas temáticas, relacionadas con otras áreas de interés para los empleados. Fue así que incorporamos un curso de Fotografía con un total de 18 egresados. Se realizó también un curso de computación que incluía Word, Excel, Power Point e Internet.

**Plan de desarrollo Personal**

Hacia fines de 2009, esta iniciativa alcanzó a 2.400 empleados, brindando información sobre su desempeño y permitiendo construir oportunidades de desarrollo.

| Empleados alcanzados por el Programa | |
|---|---|
| 2008 | 2009 |
| 1.500 | 2.400 |

**Performance Rating (Ranking de Desempeño)**

El Programa alcanza a todos los empleados de la compañía (4.500 personas). De esta forma, el Performance Rating permite objetivar en relación al trabajo realizado en equipo de forma comparada y a través de una escala de desempeño.

**Programas de Becas Universitarias y Postgrados**
En 2009 asignamos 29 Becas de Grado y 9 Becas de Posgrado. Esperamos en 2010 poder superar la cantidad de personas beneficiadas por este Programa.

| | 2008 | 2009 |
|---|---|---|
| Becas de Grado | 22 | 29 |
| Becas de Posgrado | 9 | 9 |

**Culminación Escuela Secundaria en Mendoza**
En 2009, 4 empleados cursaron la terminalidad de la escuela secundaria en un colegio de la zona en la cual se encuentra ubicada la Planta de Mendoza. Tres de ellos finalizaron sus estudios a fin de año y recibieron su título secundario, mientras que el cuarto se vio forzado a abandonar por un problema de salud.

**Terminalidad de estudios en Planta La Rioja**
En total, 11 personas finalizaron el cursado de Polimodal y recibieron la certificación correspondiente.

**Culminación Escuela Secundaria en Gualeguaychú**
Durante 2009, 17 de nuestros empleados lograron completar su ciclo de estudios.

**Culminación Escuela Primaria en Villa Gobernador Gálvez**
En 2009 iniciaron las actividades 6 personas, de las cuales, con el transcurso del año, 2 de ellos asistieron de manera esporádica por problemas de salud. Algunos de los participantes lograron una escritura formada y a fines del 2009 comenzaron con procesos de relación de contenidos, que los ayuda a desenvolverse mucho mejor en las clases.

**Programas de Mejora en la Calidad de Vida, Salud y Seguridad**

**1. Beneficios de la Mutual All (Asociación de Ayuda Mutua):**
El 90% de los empleados forma parte de la mutual. En 2009 la cantidad promedio diaria de personas que compraron en estos locales fue de 580 personas. Para diciembre de 2009, contábamos con 7 delegaciones y una variedad de más de 890 productos ofertados.

| | 2008 | 2009 |
|---|---|---|
| % de empleados que forma parte de la mutual | 90 | 85 |
| Promedio diario de personas que compraron | 469 | 580 |
| Variedad de productos ofertados | 625 | 890 |

**2. Seguridad ocupacional**
En todas nuestras oficinas y plantas implementamos brigadas, y simulacros de evacuación, de los cuales participan todos nuestros empleados.

**Revista interna**
La Revista tiene una tirada de 6.000 ejemplares y llega a todos los empleados y jubilados. Son 4 números al año y cuenta con notas sobre todas las acciones de Cono Sur (cluster al que pertenece Argentina). Esta herramienta de integración y diversidad logra que personas de lugares remotos se comuniquen y contacten.

| PRINCIPIO N 4 | ELIMINAR EL TRABAJO FORZOSO Y OBLIGATORIO |
|---|---|

**Nuestro Compromiso o Política**

No utilizamos ninguna forma de trabajo forzado, obligatorio o infantil y tampoco lo permitimos en nuestros proveedores.

**Una descripción breve de nuestros Procesos o Sistemas**

Trabajamos con nuestros empleados para que desarrollen y mejoren sus habilidades y capacidades individuales.

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

**Acciones**

**Programa O2:** es una iniciativa creada para comunicar las iniciativas de vitalidad, flexibilidad y búsqueda de bienestar. Constituye un gran avance en la búsqueda del equilibrio entre la vida laboral y personal de quienes forman parte de nuestra compañía.

**Algunos de los proyectos que forman parte de O2 son:**

**Programa de descuentos**
Por medio de una página web, brindamos a nuestros empleados el acceso a una enorme cantidad de descuentos en todo el país. Estos van variando mes a mes e incluyen variedad de categorías: turismo, gastronomía, indumentaria, actividades deportivas, entretenimiento, etc.

**Viernes Flexible**
Mediante esta acción, los empleados de las áreas operativas en la oficina central pueden finalizar su jornada laboral todos los días viernes del año a las 13 horas, compensando el horario con una hora más de lunes a jueves. Esta iniciativa refleja el equilibrio trabajo-vida personal al que apunta nuestra misión y estimula el desarrollo del bienestar privado.

**Masajes descontracturantes en oficinas**
Esta propuesta nació como una herramienta para estimular el bienestar emocional de nuestros empleados, reducir las tensiones y generar un pequeño espacio de relajación y descanso.

**Jornada flexible**
En el afán de crear más espacios para que nuestros empleados puedan conciliar su vida laboral y personal, ponemos a su alcance el beneficio de horario flexible.

**Día de la Familia**
Invitamos a nuestros empleados con hijos de hasta 12 años, a pasar un día fuera de la oficina junto a su familia en un parque de diversiones. Anualmente renovamos las ganas de los empleados y familiares para asistir a este día de fiesta, donde disfrutan sin cargo de los juegos e instalaciones.

**Vitality space**
En las oficinas centrales contamos con la Sala de Vitalidad, un espacio propuesto para que nuestros empleados puedan relajarse y divertirse en distintas pausas dentro del horario laboral. Es una sala que cuenta con distintos elementos de juego y recreación (como Play Station, Metegol, Audio, etc) para fomentar el intercambio informal y las relaciones entre nuestros colaboradores.

**Beneficio de traslado a Plantas y oficinas**
Contamos con el servicio de charter desde las oficinas o plantas hacia distintos puntos de las

| | |
|---|---|
| | locaciones en las que nos ubicamos, como forma de facilitar el traslado de nuestros empleados, brindándoles mayor comodidad y ayudándolos a optimizar su tiempo.<br><br>**Pausas activas de movimiento en la oficina**<br>Dentro del marco de la misión de Vitalidad, brindamos a nuestros empleados la posibilidad de participar de sesiones de 25 minutos de ejercicios suaves de movilidad y estiramiento. Además de quemar calorías, este tipo de actividades conlleva beneficios que se vinculan con una mejor calidad de vida y repercute en mejor rendimiento laboral.<br><br>**Difusión y sponsoreo de carreras de calle**<br>Con el fin de afianzar la cultura de Vitalidad y generar hábitos de desarrollo de actividades físicas, difundimos y sponsoreamos la participación de nuestros empleados en diferentes maratones.<br><br>**Programas de salud corporativos**<br>Le damos mucha importancia a la salud de nuestros empleados y creemos que es fundamental que monitoreen su salud para tener una mejor calidad de vida. Es por eso que les ofrecemos la posibilidad de acceder a un chequeo médico en las oficinas o plantas, sin perder tiempo sacando turnos. En todo momento pueden acercarse a servicio médico para que uno de los especialistas de nuestro staff los revise y les brinde, en función de sus necesidades, un listado de estudios para que se dirijan a su centro médico más cercano y hagan un seguimiento con él. Además, contamos con médicos de varias especialidades, para que puedan consultarles todas sus dudas, entre ellos nutricionistas, traumatólogos, dermatólogos y cirujanos. |
| **Resultados** | **Medición de resultados (esperados) y valor agregado a nuestra compañía**<br><br>**Programa O2:**<br><br>**Programa de descuentos**<br>En 2009 contamos con más de 400 beneficios en todo el país. Estos beneficios se van renovando constantemente y a ellos pueden acceder todos los empleados de la compañía.<br><br>**Viernes flexibles**<br>Este beneficio es considerado como un gran aporte a la vida personal de nuestros empleados, al poder activar los viernes del mes. Incorporamos esta iniciativa muchos años atrás cuando era impensado en el mercado hablar de horario flexible, más allá del verano.<br><br>**Masajes descontracturantes en oficinas**<br>El beneficio aplica para los empleados que trabajan en las oficinas centrales. La duración de la sesión es de 5 minutos, en el puesto de trabajo y en forma voluntaria. Para aquellos empleados que lo desean, contamos con el apoyo de kinesiólogas para que puedan atenderlos en el servicio médico, solicitando un turno con anticipación.<br><br>**Jornada flexible**<br>Los empleados de Unilever pueden comenzar su jornada laboral entre las 7.30 hs y las 9.30 hs y retirarse entre las 16.30 hs y las 18.30 hs.<br><br>**Día de la Familia**<br>La participación es masiva, generalmente se trasladan alrededor de 4.500 personas desde diferentes puntos del país.<br><br>**Pausas activas de movimiento en la oficina**<br>Todos nuestros empleados pueden concurrir a las clases de yoga, pilates y estiramiento que se dictan semanalmente en nuestras oficinas. |

**Difusión y sponsoreo de carreras de calle**
Es destacado el nivel de participación y convocatoria, en algunas carreras llegaron a participar más de 320 representantes de Unilever. En 2010 seguiremos realizando estas iniciativas, buscando incrementar la cantidad de participantes.

| | 2008 | 2009 |
|---|---|---|
| Cantidad de participantes | 300 | 320 |

| PRINCIPIO N 5 | ABOLIR CUALQUIER FORMA DE TRABAJO INFANTIL |
|---|---|

**Acciones**

**Nuestro Compromiso o Política**

No utilizamos ninguna forma de trabajo forzado, obligatorio o infantil. Esto incluye a nuestros proveedores.

**Una descripción breve de nuestros Procesos o Sistemas**

Trabajamos con empleados para que desarrollen y mejoren sus habilidades y capacidades individuales.

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

**Nuestros hijos nos visitan**
Con el fin de integrar a las familias de los empleados al ámbito laboral, generamos un espacio de intercambio en un ambiente de juegos y diversión como parte del Programa O2. Todos los años, los hijos de nuestros empleados pueden visitar las oficinas y las plantas, y compartir una jornada de actividades recreativas llena de juegos, obras teatrales y la presencia de personajes de dibujos animados.

**Prácticas de verano para hijos de empleados mayores de edad**
En torno a la preocupación constante por mejorar la calidad de vida de los hijos de nuestros empleados, hemos desarrollado el Programa de Prácticas de Verano. Lanzado en enero de 2007, está dirigido a hijos de empleados de entre 18 y 22 años, con estudios en curso en cualquier área de formación para desempeñar una experiencia de aprendizaje en cualquier área de la compañía a su elección, durante los meses de enero a abril.
Los objetivos del Programa son: brindar a los jóvenes la posibilidad de desarrollar una experiencia que les genere empleabilidad, contribuir con la orientación vocacional, ayudarlos a perder el temor al primer empleo y brindar herramientas para futuras búsquedas laborales. Para ello, se firma un contrato con fines formativos y a su vez, se les asigna un tutor, que generalmente es el jefe del área.

**Resultados**

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

**Nuestros hijos nos visitan**
En nuestras diferentes oficinas, más de 340 chicos asisten año a año (más del 90% de los invitados).

**Prácticas de verano para hijos de empleados**
Durante el verano del 2009, 20 jóvenes realizaron la práctica en las diferentes oficinas y Plantas que tenemos distribuidas en todo el país.

| | 2008 | 2009 |
|---|---|---|

| | | | |
|---|---|---|---|
| Hijos de empleados beneficiados por el Programa | 25 | 20 | |

| PRINCIPIO N 6 | ELIMINAR LA DISCRIMINACIÓN EN MATERIA DE EMPLEO Y OCUPACIÓN |
|---|---|

**Acciones**

**Nuestro Compromiso o Política**

Estamos comprometidos con la diversidad en un ambiente de trabajo donde exista confianza y respeto mutuo y donde cada uno se sienta responsable por nuestro desempeño y reputación. Tomaremos, emplearemos y promocionaremos empleados sobre la sola base de las calificaciones y capacidades necesarias para el trabajo a realizar.

**Una descripción breve de nuestros Procesos o Sistemas**

Nos aseguramos de que la diversidad funcione para todos – tanto empleados como consumidores. Nos centramos en construir una cultura inclusiva, asegurándonos de que cada uno se sienta valorado, que pertenezca y que pueda ser diferente sin temor. Contamos con acciones para eliminar la discriminación en materia de empleo y ocupación, fomentando la integración laboral de personas con capacidades especiales. Asimismo, llevamos a cabo diferentes acciones para que tanto los hombres como las mujeres dentro de la empresa puedan desarrollarse profesionalmente, conciliando vida laboral y vida familiar.

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

**Diversidad como consecuencia**
En Unilever trabajamos en equipo, donde cada persona pone lo mejor de sí, potenciando, complementando las diferencias y creciendo conjuntamente con la empresa.
Respetamos la diversidad con políticas que ayudan a la mujer, en caso de ser madre, a llevar una maternidad plena, brindándoles la posibilidad de conciliar el trabajo con la vida personal, al poder trabajar part-time hasta 3 meses posteriores a la licencia legal.
Este beneficio también existe para los padres, que gozan de una licencia por paternidad de una semana completa.
Asimismo, contamos con una diversidad generacional, con personas mayores de 40 años que trabajan con jóvenes profesionales, contribuyendo al ámbito laboral al compartir su experiencia con los más jóvenes.

**Guarderías**
Contamos con distintos beneficios que cubren el cuidado de los niños desde el momento en que sus madres vuelven al trabajo hasta la edad de pre-escolar.

**Salas de lactancia**
Favoreciendo el equilibrio entre la vida personal y laboral de nuestras empleadas, disponemos en nuestras oficinas centrales y nuestra Planta Tortuguitas de espacios higiénicos y especialmente pensados para ser utilizados en la extracción de leche materna, evitando el uso del baño o espacios no adecuados. De esta forma, fomentamos la lactancia materna en el lugar de trabajo, y alentamos a nuestras empleadas a utilizar este espacio para que se sientan cómodas y tranquilas cuando necesiten extraerse leche.

| | |
|---|---|
| **Resultados** | **Medición de resultados (esperados) y valor agregado a nuestra compañía** |
| | **Diversidad como consecuencia**<br>Contamos con niveles similares de ambos sexos en nuestra dotación de empleados, con un crecimiento del número de mujeres en cargos gerenciales en los últimos años.<br><br>**Guarderías**<br>Las madres que trabajan en la Planta de Tortuguitas tienen la posibilidad de dejar a sus hijos pequeños en nuestra guardería de Planta. Este beneficio no tiene costo alguno para nuestros empleados y es motivo de satisfacción y tranquilidad para los padres.<br>Por otro lado, contamos con el servicio de reintegro de guardería, al que pueden acceder todas las madres de las oficinas centrales y de la Planta Pilar. |

| **PRINCIPIO N 7** | **APOYAR EL ENFOQUE PREVENTIVO FRENTE A LOS RETOS MEDIOAMBIENTALES** |
|---|---|
| **Acciones** | **Nuestro Compromiso o Política** |
| | Trabajamos para satisfacer las necesidades de clientes y consumidores de una manera segura desde el punto de vista del medio ambiente, a través de mejoras en el desempeño ambiental de nuestras actividades. Nos comprometemos a mejorar continuamente el manejo del impacto ambiental y, a largo plazo, a desarrollar un negocio sustentable. |
| | **Una descripción breve de nuestros Proceso o Sistemas** |
| | En Unilever todas nuestras operaciones se diseñan contemplando el factor ambiental y se desarrollan dentro del marco de excelencia en el cuidado, la protección y el mejoramiento del medio ambiente.<br><br>Con respecto al cuidado del medio ambiente, nuestros objetivos son:<br>– Garantizar la seguridad de los productos y operaciones en relación al medio ambiente.<br>– Preocuparnos de la misma manera por el medio ambiente en donde operemos.<br>– Desarrollar productos y procesos innovadores que reduzcan los niveles de impacto ambiental y desarrollar métodos de empaque que combinen una protección y presentación efectivas con la conservación de materias primas y la disposición cómoda y apropiada para el medio ambiente.<br>– Reducir los residuos, conservar la energía y explorar oportunidades para re-utilizar y reciclar. |
| | **Actividades emprendidas en el último año / planificadas para el próximo año** |
| | **Salas de Telepresencia y Herramientas de colaboración virtual**<br>Llevamos adelante la implementación de estas tecnologías como parte de un marco conceptual que llamamos “Agile Working” (trabajo ágil). De esta forma, apuntamos a aumentar la productividad, reduciendo la necesidad de viajar y sus costos asociados, y colaboramos con el medio ambiente en la reducción de la huella de carbono (en emisiones de $CO_2$).También nos ayuda a lograr un mayor equilibrio entre la vida personal y laboral. Es importante aclarar que la metodología para llevar adelante estas iniciativas se realiza sobre la base de proyectos de alcance global donde toda la compañía se ve beneficiada. Entre ellos mencionamos los siguientes:<br><br>**1. Salas de Telepresencia** |

Telepresencia es la tecnología de videoconferencia de alta definición con excelente calidad de audio que permite a los empleados de todo el mundo realizar reuniones con personas a distancia y trabajar juntos como si estuvieran en la misma sala de reunión. El sistema de telepresencia está previsto para calcular la reducción de emisiones de CO2 considerando el número de vuelos de larga o corta distancia que se evitan.

**2. Herramientas de colaboración virtual**

Además de las salas de telepresencia, el uso de otras tecnologías de gestión de trabajo remoto también está contribuyendo a la reducción del impacto ambiental de la empresa al permitir a los empleados de Unilever la posibilidad de trabajar a distancia con colegas de manera efectiva sin la necesidad de viajar. LiveMeeting es un ejemplo; esta tecnología de "conferencia-web" popular se utiliza para la realización de reuniones y presentaciones a empleados dispersos geográficamente a través de Internet. Otras valiosas herramientas a destacar son: Meet-Me y MS-Communicator.

**Programa permanente de reciclado de papel**

El objetivo del Programa consiste en mejorar el cuidado del medio ambiente a través de una política responsable y contribuir a recaudar fondos para apoyar las necesidades de la Fundación Garraham. El Programa no es sólo un proyecto ecológico, sino también solidario.

En cuanto a su implementación, en primera instancia, comunicamos el motivo del Programa al personal de la compañía, a través de mails, carteleras y afiches ubicados en las cercanías de los cestos contenedores, con el fin de generar una conciencia crítica sobre la necesidad del cuidado del medio ambiente. Luego, colocamos contenedores especiales (diferenciados en su formato y color) en cada una de las oficinas de Unilever para que nuestro personal pueda depositar aquellos papeles a ser desechados, como también máquinas trituradoras de papeles para aquellos de carácter confidencial.

Una vez recolectado el material lo proporcionamos a diferentes instituciones que se encargan de reciclarlo (como la Fundación del Hospital de Pediatría Garraham). De esta manera, no sólo buscamos cuidar el medio ambiente sino que además colaboramos solidariamente con una institución benéfica.

**Programa de permanente reciclado de plástico**

Trabajamos junto a la Fundación del Hospital de Pediatría Garraham en la campaña de reciclado de plástico, recolectando tapitas de gaseosas y agua mineral en contenedores especiales en cada una de nuestras oficinas.

**Programa GHGP (Green House Gases Program) en Planta Mendoza**

El objetivo general del Programa es reducir las emisiones de CO2 en un 25% por tonelada de producción en todas las Plantas de Manufactura de Unilever a nivel Global para el año 2012, tomando como base los datos del Reporte de la Performace Ambiental (EPR) del año 2004.

El desafío de Planta Mendoza es aportar a la reducción propuesta por la compañía, desarrollando un plan de acción e implementando prácticas orientadas al ahorro real de todas las energías consumidas.

**Programa GHGP (Green House Gases Program) en Planta Gualeguaychú**

Para implementar el Programa GHGP (Green House Gases Program) dentro de la Planta Gueleguaychú, algunos proyectos de Gestión Ambiental incluyen: paneles solares para calentar agua, chequeo de sensores de luces en el parque, sensores de movimiento en escaleras, cambio de bomba de vacío de empaque, entre otros.

**Recolección de agua de lluvia (reservorio) en Planta Gualeguaychú**

Este reservorio permite recolectar el agua de lluvia de toda la superficie cubierta de la Planta y utilizarla en el proceso de producción, con la cual se reduce notoriamente el consumo de agua de red. Tiene base de cemento y está totalmente impermeabilizado, y puede contener

| | |
|---|---|
| | hasta 700 $m^3$ de agua.<br><br>**Programa Elektra en Planta Gualeguaychú**<br>Es un programa que tiene como objetivo identificar e implementar iniciativas para la disminución del consumo energético, minimizando el impacto del aumento del costo de la energía y reduciendo la generación de $CO_2$. Este Programa comenzó en 2008 y a lo largo de este período hemos implementado diferentes proyectos para disminuir el consumo energético.<br><br>**Bussiness Waste Programs en Planta Gualeguaychú**<br>Esta iniciativa busca reducir al mínimo la generación de residuos, impulsando el sistema de reciclado y, de esta forma, mejorar la economía del negocio.<br><br>**Reducción de consumo en iluminación en Planta Gualeguaychú**<br>Durante 2009 llevamos a cabo numerosas acciones destinadas a reducir el consumo en iluminación en Planta Gualeguaychú. Entre ellas se destacan: instalación de lámparas a Led (muy bajo consumo de energía); cintas de empaque; pare y arranque automático para evitar funcionamiento innecesario; cambio de lámparas de empaque y despacho (de 240 W x 400 W); sustitución de motores de baja eficiencia por motores de alta eficiencia (Q4/2010); tablero de control de iluminación de empaque con fotocélulas; lámparas de bajo consumo y sectorización de iluminación de líneas de empaque, lámparas a inducción y lámparas con Ecotubo (para mejor aprovechamiento de la luminosidad).<br><br>**Panel Solar**<br>Estos paneles solares se instalaron en 2008 y tienen como objetivo aprovechar la energía solar transformándola en energía eléctrica, obteniendo un ahorro en el costo energético del 100% y la eliminación del 100% de emisión de CO2.<br><br>**Small Sustainability Actions – Big Diferences en Planta Gualeguaychú**<br>El Programa tiene como objetivo realizar todas aquellas pequeñas acciones o mejoras que, en la suma de sus resultados reflejen una importante reducción del impacto ambiental.<br>Se trata más bien de un concepto que se aplica al resto de los programas medioambientales. Las mejoras o acciones realizadas quedan registradas en un documento de la empresa llamado "Lecciones de un Punto Aprendidas".<br>Algunos ejemplos de estas pequeñas mejoras son: cambio de reactancia de tubos fluorescentes por balastos electrónicos; utilización de ecotubos en tubos fluorescentes para direccionar rayos luminosos; automatización y temporización de dispositivos para el cese de su funcionamiento cuando no se utilizan; utilización de motores de alta eficiencia, entre otros.<br><br>**Plantación de árboles en Planta Pilar**<br>Con el fin de compensar las emisiones que la Planta Pilar emite, pusimos en marcha un proceso de forestación que fue llevado a cabo por el equipo de emisiones.<br><br>**Proyecto Green en Planta Pilar**<br>Mediante el Proyecto Green diseñamos cuatro equipos de trabajo para abocarnos al cuidado del medio ambiente dentro de la Planta Pilar:<br>- Equipo Medusa: fue conformado con la misión de cuidar el agua, concientizando en el manejo de los recursos naturales y promoviendo acciones sustentables dentro de la Planta. Su objetivo es disminuir un 10% el consumo de agua de la Planta para el año 2012.<br>- Equipo Aprovechá tu potencial: cumple con la misión de explorar oportunidades de re-uso y reciclaje, haciendo foco en reducir o eliminar la generación de residuos. Su objetivo es reducir en un 25% la generación de residuos en el período 2010-1012 y concientizar al personal sobre la importancia de la segregación y el control en la generación de residuos.<br>- Equipo Ert: tiene como misión aumentar la eficiencia energética de la Planta. Su objetivo es concientizar sobre el uso eficiente de energía y detectar oportunidades de mejora. |

- Equipo Aire Puro: fue constituido para cumplir con la misión de minimizar la carga de CO2 y SOx emitida a la atmósfera a partir de la cantidad de combustible. Su objetivo es reducir en un 10% el consumo de combustibles para la generación de vapor en calderas en el año 2011 respecto de igual periodo 2010

**Resultados**

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

**Salas de Telepresencia**
Desde la primera fase iniciada en agosto de 2007, la huella de carbono de Unilever se ha reducido drásticamente debido a una disminución en el número de vuelos de negocios realizado por los empleados de la empresa. En la Argentina contamos con nuestra primera sala disponible, previendo contar con una segunda sala para inicios de 2011.

**Herramientas de colaboración virtual**
Con más de 40.000 empleados que utilizan la tecnología a nivel global, el ahorro en los gastos de viaje y en emisiones de CO2 resultan más que importantes.

**Programa de permanente reciclado de papel y plástico**
Como parte de la concientización del personal de la importancia del reciclado y el cuidado del medio ambiente, continuamos con el programa de reciclado de papel y plástico, obteniendo una respuesta favorable por parte de los empleados.
Unilever es una de las 20 empresas que más cantidad de papel ha donado históricamente, alcanzando desde 2000 un total de 320.377 kilos de papel, evitando la tala de aproximadamente 5.446 árboles medianos. De esta forma, colaboramos con la protección y cuidado del medio ambiente, ya que con cada tonelada de papel reciclado se evita la tala de 17 árboles medianos que demoran entre 10 y 20 años en crecer. Además, al reciclar papel ahorramos 70% de agua y 45% de la energía, y reducimos la contaminación ambiental. Por su parte, las tapitas de plástico recicladas evitan el uso de petróleo.
En el próximo año seguiremos realizando estas actividades junto a la Fundación Garraham.

| | 2008 | 2009 |
|---|---|---|
| Papel y plástico donado (equivalente en pesos) | 4.118 | 10.630 |
| Papel (cantidad de kilos donados) | 7.737 | 13.627 |
| Tapitas de plástico (cantidad de kilos donados) | 800 | 1.183 |

**Programa GHGP (Green House Gases Program) en Planta Mendoza**
Tomando como base el año 2004 y 2009, el porcentaje de reducción de CO2/Ton obtenido fue de 11,8%.
Por otra parte, para alcanzar el objetivo planteado para el año 2012, hemos desarrollado un plan de acción, estableciendo iniciativas especificas que contribuyen a la reducción de CO2 en la Planta. Alguna de las acciones y sus resultados incluyen:
- Proyecto Zanahoria Integral Mendoza: modificación del proceso de elaboración de zanahoria escamas, se eliminó la etapa de pelado a vapor. Obtuvimos un ahorro de vapor del 11%, ahorro de energía eléctrica en un 2% y menor generación residuos.
- Modificación Ingreso de Aire en Hornos de Secado: se cambió el proceso de ingreso de aire en los hornos de secado, permitiendo que el 50% del volumen de aire necesario para la deshidratación, (que antes ingresaba directamente y en un 100% desde el exterior) provenga del interior de local de Planta. Debido a la modificación en el ingreso de aire desde el interior, en cada uno de los seis hornos, se produjo una disminución de la energía necesaria para la calefacción, alcanzando un ahorro de 1100 GJ/año.
- Colocación de Fotocélulas en Iluminación Exterior de Planta: modificación del procedimiento manual de encendido y apagado de luminarias de exterior de Planta. Se colocaron sistemas de

fotocontroles, permitiendo que el encendido y el apagado de las luminarias sean automáticos. Con esta acción se evita que las luminarias permanezcan encendidas cuando hay luz natural.
- Reemplazo de Contactores en Tableros de Energía Eléctrica por Contactores más eficientes: se cambiaron elementos de maniobras como contactores de potencia (modelos antiguos) por nuevos elementos, los cuales poseen una mayor eficiencia energética. La modificación nos permitió realizar un ahorro estimado del 8% de energía eléctrica en los circuitos de comandos de potencia.
- Campañas de concientización sobre ahorro de energía: con la publicación de afiches en las carteleras de Planta.

**Programa GHGP (Green House Gases Program) en Planta Gualeguaychú**
Para el seguimiento de los resultados de estos proyectos se completó el indicador donde se grafica la cantidad de $CO_2$ (Kg. $CO_2$/Ton de producto terminado) emitido mes a mes. Hasta el año 2009 logramos reducir las emisiones de $CO_2$ en un 21,4 %.

**Programa Elektra en Planta Gualeguaychú**
Durante 2009, realizamos los siguientes proyectos asociados al área de Procesos, obteniendo valiosos resultados:
- Aislación de torre de secado: se realizó un estudio termográfico para identificar las zonas con mayores pérdidas de calor a través de la superficie de la torre, y sobre ellas se trabajó para mejorar la aislación. Logrando una disminución del consumo de gas producto del mejor aprovechamiento del calor generado en el horno de la torre.
- Eliminación de pérdidas de vapor: se identificaron y eliminaron las pérdidas en toda la línea de vapor logrando su optimización y disminución del consumo de gas.
- Modificaciones en el orden de adición de ingredientes en el proceso productivo: estas modificaciones permitieron lograr propiedades físicas en la pasta base (pasta líquida viscosa que alimenta la torre de secado para producir polvo base) que redujeron la cantidad de calor necesaria para obtenerla.
- Mejora en la distribución de sistema de sprayado dentro de la torre de secado: esto permitió aprovechar más eficientemente el calor del aire caliente que ingresa a la torre de secado.

**Bussiness Waste Programs en Planta Gualeguaychú**
En 2009 se alcanzaron 3.132 toneladas de material reciclado, logrando un ahorro del 83% en comparación con el año 2004. También, en 2009 se obtuvieron 516 toneladas de material recuperado y 842 toneladas de material desechado.

**Reducción de consumo en iluminación en Planta Gualeguaychú**
Para la implementación de los proyectos se confeccionó un Masterplan donde se señalan los proyectos con su correspondiente contribución a la disminución del consumo de energía y un Plan de acción para coordinar la realización de los proyectos. De esta forma, se hace el seguimiento de consumo de energía general de planta mediante el siguiente indicador: GJoule (Electricidad + Gas + Fuel Oil)/ Tonelada de Producto terminado.
En el año 2009 se alcanzó 1,25 Gj/Ton PT.
A su vez, el objetivo para 2012 es de 1 Gj/Ton PT.

**Panel Solar**
Mediante esta acción logramos una reducción de CO2 promedio de 7 Kg. por día.

**Small Sustainability Actions – Big Diferences en Planta Gualeguaychú**
Entre algunos de los beneficios alcanzados, podemos mencionar que a través del reemplazo de las reactancias inductivas en tubos fluorescentes por balastos electrónicos, logramos ahorrar hasta un 40% de energía y aumentar el rendimiento lumínico. Asimismo la utilización de ecotubos produce una economía de energía de hasta un 50%, aumentando la vida útil de las lámparas y de los reactores.

| | |
|---|---|
| | **Plantación de árboles en Planta Pilar**<br>Un árbol maduro puede producir el aire que consume una familia de cinco personas o cuatro adultos aproximadamente. Concientes de ello, durante 2009 plantamos 1000 álamos en Planta Pilar. |

| PRINCIPIO N 8 | PROMOVER MAYOR RESPONSABILIDAD MEDIOAMBIENTAL |
|---|---|
| Acciones | **Nuestro Compromiso o Política** |
| | Trabajamos en conjunto con otros actores para promover el cuidado ambiental, incrementar la comprensión de las cuestiones ambientales y diseminar las buenas prácticas. |
| | **Una descripción breve de nuestros Procesos o Sistemas** |
| | Nuestra preocupación por el medio ambiente va más allá del cumplimiento de las legislaciones, trabajando en la prevención de contaminaciones y en el desarrollo e implementación de programas educativos que fomenten el compromiso con el cuidado ambiental. |
| | **Actividades emprendidas en el último año / planificadas para el próximo año** |
| | **Programas en alianza con Walmart**:<br><br>**1. Concentrate en el Planeta**<br>De la mano de Walmart organizamos el armado de stands en distintas sucursales de los supermercados de la empresa para fomentar la preservación de los recursos naturales. Se trató de espacios donde la familia pudo poner a prueba sus conocimientos sobre el medio ambiente y entender cómo convertirlo en un lugar más limpio y saludable para vivir, mediante pequeños cambios de hábitos domésticos.<br>La puesta en marcha del stand contó con la entrega de material gráfico, la proyección de videos sobre el medio ambiente, y actividades lúdicas en relación a la ecología. Durante el momento del juego, una promotora explicó los beneficios del uso de productos concentrados (Cif, Skip y Confort) y repartió muestras gratis de los productos. Asimismo se entregaron macetas de barro con tierra orgánica y semillas de árboles.<br><br>**2. Bolsas reciclables**<br>El objetivo de esta iniciativa consistió en la concientización sobre el cuidado del medio ambiente, incentivando a la comunidad a que utilice bolsas reutilizables. En este sentido y en alianza con Walmart, decidimos avanzar en la producción de bolsas reutilizables, las cuales fueron entregadas a personas que hacen compras para evitar el uso de bolsas de polietileno.<br><br>**Campaña Eco-clic**<br>El objetivo de esta iniciativa consiste en implementar una campaña integral de comunicación para generar mayor concientización sobre el cuidado del medio ambiente y dar a conocer las herramientas necesarias para instalar hábitos “verdes” en los empleados: Cero impresión (desalentar el uso de las impresoras) y Gestión de residuos (aprender a seleccionar la basura antes de tirarla para facilitar el reciclado). Los destinatarios de la campaña son todos los empelados de la compañía en las nuevas oficinas administrativas de Munro. |

| | |
|---|---|
| | **Concientización sobre le ahorro de energía**<br>Difundimos a través de carteleras, mail y correo interno la importancia del ahorro de energía en las oficinas y en las casas, racionalizando y haciendo más eficiente el uso de los aires acondicionado y el gas. Asimismo, comunicamos sobre la necesidad del ahorro de energía eléctrica en la utilización de computadoras.<br>En 2009 el plan de ahorro de energía se basó en la racionalización de su uso en los horarios de trabajo. Por la noche realizamos una reducción de iluminación (de bajo consumo en su totalidad) a través del apagado de luces de carteleras, pasillos, entre otros. Los equipos de aire acondicionado se apagaron en horas nocturnas, fines de semana, feriados y, a su vez, se estabilizaron los equipos para mantener igual nivel de temperatura.<br><br>**Plan de Uso Racional del Agua en Planta Mendoza**<br>Continuamos trabajando en la concientización de nuestros empleados sobre la importancia del agua para la vida y el medio ambiente.<br><br>**Día del Planeta en Planta Pilar**<br>En 2009 celebramos el Día de la Tierra, un momento perfecto para unirnos y crear nuevas ideas que aceleren el progreso favorable de nuestro ambiente. Este día, y todos los demás del año, resultan ideales para actuar y proteger a nuestro planeta. Así compartimos con nuestra gente la idea de que siempre nos queda algo por hacer en pos de nuestro futuro y el de nuestras próximas generaciones.<br><br>**Huella de Agua en Planta Pilar**<br>En 2009 informamos a nuestros empleados sobre la importancia de la huella de agua, explicándoles de qué se trata este concepto. A su vez difundimos consejos de concientización tales como: "identificá y comunicá las pérdidas que observes; utilizá el agua de forma responsable, no dejes grifos abiertos; ayudanos a buscar oportunidades de ahorro y reuso de agua." |
| **Resultados** | **Medición de resultados (esperados) y valor agregado a nuestra compañía** |
| | **Programas en alianza con Walmart**:<br><br>**1. Concentrate en el Planeta**<br>La puesta en marcha de los stands se realizó en 9 sucursales de los supermercados Walmart. De este total, 5 de ellos tuvieron lugar en el Gran Buenos Aires (San Fernando, Constituyentes, San Justo, La Plata y Avellaneda) y 4 de ellos en el interior del país (Bahía Blanca, Mendoza y Neuquén). Entregamos 30.000 folletos explicativos con TIPS ecológicos, más de 8.500 muestras de productos concentrados y 1.350 eco-regalos (maceta con tierra orgánica y semillas). Gracias al esfuerzo realizado, esta iniciativa tuvo muy buen nivel de reconocimiento y aceptación por parte del público.<br><br>**2. Bolsas reciclabes**<br>Se vendieron un total de 10.000 bolsas ecológicas, logrando de esta manera, reducir el uso de las bolsas plásticas que tan contaminantes resultan. A su vez se destinaron 1.000 bolsas reutilizables para las oficinas de Unilever.<br><br>**Campaña Eco-clic**<br>Durante 2009 implementamos en nuestro nuevo edificio una serie de iniciativas destinadas a cuidar el medio ambiente. Entre ellas se destacan: uso racional de la energía eléctrica, uso racional del agua, campaña de *car pooling*, reemplazo de vasos de plástico por tazas, reciclado de botellas plásticas, uso racional de la impresora y disposición selectiva de residuos. Las acciones de esta campaña incluyeron: ploteo de baños y ascensores, envío de |

| | |
|---|---|
| | mails, banners ubicados en lugares estratégicos, comunicación por medio de plasmas, comunicación en el comedor e indicativos tachos de basura.<br><br>**Concientización sobre le ahorro de energía**<br>La optimización del uso y funcionamiento de Aire Acondicionados e Iluminación en horarios de trabajo se tradujo en reducciones importantes de consumo. Con respecto a la concientización sobre el ahorro de energía, nos focalizamos en temas como ahorro de agua y de energía eléctrica. Por esta razón, enviamos mensajes sobre el gran volumen de agua que se pierde cuando las canillas gotean, el ahorro de energía con el apagado de computadoras y monitores, la importancia del apagado de las luces al salir de las habitaciones, entre otros. Tras nuestra mudanza en octubre de 2009, decidimos refrescar en las nuevas instalaciones, todo lo realizado en años anteriores en materia de campañas y acciones destinadas al cuidado del medio ambiente. Además comenzamos a relevar los consumos, con el objetivo de elaborar planes de mejora para 2010.<br><br>**Plan de Uso Racional del Agua en Planta Mendoza**<br>La campaña está enfocada en el uso racional del agua en las actividades cotidianas (no dejar correr el agua cuando no es necesario, controlar el goteo de las canillas, etc.) y en buscar nuevas oportunidades de ahorro. |

| **PRINCIPIO N 9** | **ALENTAR EL DESARROLLO Y LA DIFUSIÓN DE TECNOLOGÍAS RESPETUOSAS DEL MEDIO AMBIENTE** |
|---|---|
| **Acciones** | **Nuestro Compromiso o Política** |
| | Estamos comprometidos con contribuir al desarrollo sustentable porque, en parte, lo concebimos como un imperativo comercial. Después de todo, solamente podremos maximizar el valor de nuestros asociados y prosperar a largo plazo si operamos de forma más sustentable.<br><br>Utilizamos un enfoque llamado ciclo de vida para evaluar el impacto ambiental de nuestros productos y actividades comerciales. Esto nos permite analizar nuestros impactos y concentrarnos en las áreas en las que podemos hacer nuestra mayor contribución. |
| | **Una descripción breve de nuestros Procesos o Sistemas** |
| | A través del permanente monitoreo de nuestros objetivos y metas ambientales, generamos cambios en nuestra tecnología, procedimientos, materias primas y packs, en pos de la protección y mejora del medio ambiente. Además, a través del sistema de gestión implementado, basado en la certificación ISO 14.001, tenemos como meta la identificación, evaluación y el control de los distintos aspectos e impactos ambientales. |
| | **Actividades emprendidas en el último año / planificadas para el próximo año** |
| | **Reducción del envase**<br>El envase es esencial para la protección e higiene de nuestros productos y lograr un envasado realmente sustentable es un desafío para la empresa. Por esta razón, en 2009 comenzamos a realizar iniciativas para reducir el packaging de ciertos de nuestros productos.<br><br>**Buenas prácticas agrícolas en Planta Mendoza:**<br><br>**1. Participación en Asociación Tomate 2000**<br>El objetivo de la asociación es hacer sustentable la producción de tomate mediante un |

paquete tecnológico que aporta al productor nuevas técnicas bajas en insumos y optimización de los recursos suelo y agua.

**2. Capacitación a productores**
Con el objeto de generar conciencia en impacto ambiental y otras actualizaciones en el ámbito agrícola, formamos a empresas que participan en nuestra cadena de valor.

**3. MIP- Manejo integrado de nutrientes**
Apuntamos a disminuir la contaminación de suelos y napas mediante un minucioso análisis de la composición nutricional del suelo, aplicando así a los cultivos solamente la cantidad necesaria de nutrientes.

**4. Agua para riego**
En Mendoza proveemos indirectamente de agua para riego a los productores agrícolas de la zona, a través del vuelco de agua al cauce público desde nuestra Planta de Tratamiento para uso comunitario, certificada por el Departamento General de Irrigación.

**Resultados**

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

**Reducción del envase**
Se comenzó a convertir los envases de blister de los productos Cif en sachets, que utilizan 50% menos de packaging, impactando significativamente en la generación de residuos. Además, se pudo reducir la caja de cartón corrugado en un 10%, mejorando la eficiencia de los palets en un 20%.
Una iniciativa similar se comenzó a llevar a cabo con el packaging de sopas Knorr, para reducir el packaging, disminuir la generación de residuos y ganar eficiencia en los palets.

**Agua para riego en la Planta Mendoza**
En 2009 volcamos al cauce público 133.036 m3 de agua desde la Planta de Tratamiento en Mendoza, bajo los parámetros legales establecidos por el Departamento General de Irrigación de la provincia de Mendoza, beneficiando a 20 productores.

| | 2008 | 2009 |
|---|---|---|
| m3 de agua volcada al cauce público | 189.976 | 133.036 |

| PRINCIPIO N 10 | TRABAJAR CONTRA LA CORRUPCIÓN EN TODAS SUS FORMAS, INCLUIDAS EXTORSIÓN Y CRIMINALIDAD |
|---|---|

**Acciones**

**Nuestro Compromiso o Política**

Esperamos que todos los empleados de Unilever eviten actividades personales e intereses financieros que puedan entrar en conflicto con sus responsabilidades hacia la compañía. Nuestros empleados no deben buscar lucrar en beneficio personal o para terceros haciendo mal uso de su posición.

En Unilever no damos ni recibimos, ya sea en forma directa o indirecta, sobornos u otras ventajas indebidas para obtener alguna ganancia comercial o financiera. Ningún empleado puede ofrecer, dar o recibir regalo o pago alguno que se pueda interpretar como una coima.



Cualquier pedido u ofrecimiento de soborno debe rechazarse inmediatamente e informarse a

| | |
|---|---|
| | la gerencia. Los informes sobre contabilidad de Unilever y los documentos que los avalan deben describir y reflejar con precisión la naturaleza de las transacciones que les dieron origen. No se establecerá ni mantendrá ninguna cuenta, fondo o activo secreto o no registrado. |
| | **Una descripción breve de nuestros Procesos o Sistemas** |
| | Para velar por nuestros principios, desarrollando nuestros negocios en forma ética, contamos con un Código de Principios de Negocios y con un Comité de Ética compuesto por Directores de diferentes áreas de la empresa y miembros del Directorio.<br><br>El Código de Principios de Negocios define los valores de la empresa y la forma en la cual los empleados se relacionan interna y externamente con todos los grupos de interés. Estos valores toman vida en las decisiones y acciones cotidianas tomadas en el desarrollo de los negocios.<br><br>En cuanto a la implementación del Código, y los procedimientos necesarios para su resguardo, contamos con una línea telefónica que se encuentra activa los 365 días del año las 24 horas. Por este medio se puede denunciar cualquier caso de violación del Código de forma anónima y confidencial. Una vez recibida la denuncia, esta es investigada por las áreas Corporativas, RRHH, Legales y Auditoria quienes presentan al Comité de Ética el caso con mayores detalles y la confirmación de su veracidad.<br><br>El Comité de Ética es el responsable de analizar el caso - sea de corrupción, conflicto de intereses o cualquier incumplimiento al Código - y decidir su veredicto. Éste se reúne en forma periódica y de forma extraordinaria si un caso particular lo requiere. A su vez, en caso de que la denuncia involucre actores externos a la empresa, acudimos a las autoridades gubernamentales o judiciales competentes para su resolución. |
| | **Actividades emprendidas en el último año / planificadas para el próximo año** |
| | Parte fundamental del cumplimiento del Código es el conocimiento del mismo. Para ello desarrollamos en forma bianual campañas de concientización entre nuestros empleados utilizando herramientas de marketing modernas con comunicaciones novedosas y diferenciadas (vía e-mail, cartelera, intranet), de manera que el Código sea percibido por los empleados como un documento vivo, esencial en el desarrollo de las actividades, y no como una mera formalidad.<br>En relación específica con el principio 10 del Pacto Global, trabajamos en la concientización del concepto de integridad comercial relacionado directamente con los sobornos y actos de corrupción.<br>Seguimos contando con la línea telefónica a través de la cual los empleados de la empresa denuncian casos de violación del Código. Por su parte, las áreas correspondientes realizan las investigaciones pertinentes, las cuales son luego analizadas por el Comité. |
| **Resultados** | **Medición de resultados (esperados) y valor agregado a nuestra compañía** |
| | El Código de Principios de Negocios se ha entregado a todos los empleados, y se realizan periódicos contactos informativos, a fin de garantizar su estricto cumplimiento.<br>Conocerlo, comprenderlo y cumplirlo es requisito obligatorio de todos los empleados de la Compañía.<br>El Comité de Código, que nos ayuda a poner en práctica el Código de Principios de Negocios y revisar nuestro comportamiento, se reunió cada mes durante 2009 y estuvo disponible para cuestiones extraordinarias. La línea telefónica funcionó en forma ininterrumpida las 24 horas todos los días del año. Las campañas periódicas de comunicaciones internas contribuyeron a |

| | |
|---|---|
| | consolidar la comprensión y adhesión a sus principios. |

| **¿Dónde pueden sus stakeholders encontrar la COP –además de en el sitio web del Pacto Global de Naciones Unidas-?** |
|---|
| La información relativa a nuestra "Comunicación sobre el Progreso" puede encontrarse en www.unilever.com.ar |