



Buenos Aires, marzo de 2016

Ms. Lise Kingo
Executive Director

United Nations

New York, NY 10017

USA

Estimada Directora Ejecutiva,

Como representante de empresa miembro del Pacto Global de las Naciones Unidas me dirijo a usted con el fin de adjuntar la **Comunicación del Progreso 2015**, en la cual se informa el modo en el que se han desarrollado las actividades en la Compañía según los 10 Principios que dicha iniciativa promueve.

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

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



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

Informe 2015

Descripción	breve de la naturaleza de la empresa
	<p>Mastellone Hnos. es una compañía nacional con 86 años de rica historia ligada a la responsabilidad social y a la elaboración de productos lácteos de máxima calidad. Su complejo industrial de mayor envergadura se ubica en la localidad de General Rodríguez, provincia de Buenos Aires y cuenta con una superficie de 178.000 m² ¹ en un predio de 34 hectáreas². Posee además, unidades productivas queseras situadas en las localidades de: Villa Mercedes (provincia de San Luis); Canals (provincia de Córdoba), Tandil, Los Charas, Leubucó y Trenque Lauquen (provincia de Buenos Aires).</p> <p>Una característica distintiva respecto al resto de las industrias lácteas, es la existencia de seis plantas de pre-recibo (clasificadoras de leche) distribuidas en las provincias de Buenos Aires, Córdoba y Santa Fe, donde se clasifica la materia prima que recibe diariamente de 890 tambos, ubicados en las provincias de: Bs. As., Córdoba, La Pampa, Santa Fe, Entre Ríos y Río Negro. Dichas plantas cuentan con laboratorios que analizan la leche ingresada permitiendo seleccionarla según su calidad higiénica, sanitaria y su composición, para luego poder remitirla a las distintas plantas industriales, dejando documentado cada tramo del camino que recorre la materia prima. Asegurando con ello el control, la trazabilidad y la calidad final de los productos lácteos elaborados. El total de leche procesada en las plantas durante el año 2015 fue en promedio de 4.223.397 millones de litros diarios de leche cruda³.</p> <p>Otro aspecto que la distingue del resto de las empresas lácteas, es la verificación del nivel de calidad de la leche que se realiza en el instante previo a la pasteurización. Asegurándose con ello que sólo aquella leche con menos de 50.000 bacterias por mililitro al inicio de la pasteurización, sea la utilizada para elaborar sus productos de máxima calidad marca “La Serenísima (LS)”. Maximizando además, la calidad de su materia prima desde su origen, “el Tambo”.</p> <p>Continuando con su cadena de valor, por medio de un sistema de logística, procura que sus productos lleguen al consumidor con su calidad original, en tiempo y forma, los 365 días del año, a los 69.530 puntos de venta distribuidos a lo largo de todo el país.</p> <p>Las actividades de Mastellone Hnos. fueron llevadas adelante durante 2015 por 3.496 colaboradores de manera directa y más de 20.000 personas indirectamente a través de la contratación de proveedores, quienes comparten y promueven día a día la filosofía de trabajo de la compañía. Filosofía que trasciende sus puertas en busca de poder contribuir al Desarrollo Sostenible. Contemplando al negocio con una visión de largo plazo, con un estilo de gestión que se basa en: la transparencia, la ética a la hora de llevar adelante las operaciones, el respeto por los derechos humanos, el cuidado del medio ambiente, la promoción de una vida y alimentación saludable en la comunidad y el esfuerzo inalterable por alcanzar la máxima calidad de su materia prima. Bajo esta premisa, la compañía asume la Responsabilidad Social Empresaria (en adelante RSE) como un compromiso que requiere de un importante trabajo y esfuerzo para lograr un desempeño sustentable integrado y transversal a todas las áreas que conforman la organización.</p>

¹ De las cuales 65.000 m² corresponden a Logística La Serenísima (Danone)

² De las cuales 13 has, corresponden a Logística La Serenísima (Danone)

³ Lts. Ingresados (Promedio diario) a los recibos de leche de Gral. Rodríguez, Armonía, Leubucó, Canals y Quesera de T. Lauquen (NO incluye la leche de terceros).

DERECHOS HUMANOS	<p><i>Principio 1: Apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos fundamentales internacionalmente declarados.</i></p> <p><i>Principio 2: No ser cómplice de abusos de derechos humanos.</i></p> <p><i>Principio 4: Eliminar toda forma de trabajo forzoso y obligatorio.</i></p> <p><i>Principio 5: Erradicar el trabajo infantil.</i></p> <p><i>Principio 6: Eliminar la discriminación en el empleo y la ocupación.</i></p>
Acciones	<p>Nuestro Compromiso o Política</p>
	<p>Mastellone Hnos. respeta y promueve los derechos humanos (DDHH) fundamentales e internacionalmente declarados. Dicho compromiso no sólo forma parte de su accionar, sino que además se encuentra plasmado en su Código de Ética, donde se describen las pautas y conductas a seguir por todas las personas que integran la Compañía.</p> <p>La Organización Internacional del Trabajo (de aquí en adelante OIT) ha identificado como derechos fundamentales en el trabajo: la libertad de asociación y el reconocimiento eficaz del derecho a la negociación colectiva, la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso u obligatorio, la abolición eficaz del trabajo infantil y la eliminación de la discriminación en relación con el empleo y la ocupación. En este marco y comprometida con ello, la compañía respeta y promueve el cumplimiento de las normas nacionales y del derecho internacional en materia de protección de los trabajadores.</p> <p>Siguiendo dichos lineamientos, no efectúa ni apoya ningún tipo de discriminación basada en los atributos de raza, color, religión, nacionalidad, género, remuneración, etc. Ofrece la igualdad de oportunidades y de trato sin distinción alguna a todos sus colaboradores y/o aspirantes de empleo.</p> <p>Comprometida con la educación y el desarrollo, entrena a sus colaboradores generando en ellos un valor agregado que les permitirá enfrentar los nuevos desafíos que impone el mundo globalizado, permitiendo además alcanzar los objetivos oportunamente planteados por la compañía.</p> <p>Respecto a su cadena productiva, aplica los máximos estándares de calidad, monitoreo y control con el fin último de no sólo garantizar la seguridad alimentaria de sus productos, sino además cuidar de la salud, la seguridad de las personas y minimizar los impactos ambientales que pudieran resultar del desarrollo de su actividad.</p> <p>Finalmente y en este marco, cabe destacar que para Mastellone Hnos., comunicar su gestión resulta sumamente importante a los fines de brindar transparencia y fomentar el diálogo con sus colaboradores y demás grupos de interés. “Internamente” afianza una visión compartida, difundiendo los valores y la cultura organizacional inmersa en la Compañía sobre la base de la interacción del personal en todos los niveles operativos. Mientras que “Externamente” intenta dar respuesta a sus grupos de interés y concientizar a la comunidad en general sobre aspectos que hacen al cuidado de la salud, el respeto por los derechos humanos, protección del medio ambiente y la mejora de la calidad de vida.</p>

Una descripción breve de nuestros Procesos o Sistemas

Mastellone Hnos., desde sus inicios ha asumido el compromiso de proceder con “Responsabilidad” frente a la sociedad en su conjunto. Bajo esta premisa, lleva adelante y difunde, diferentes acciones para que sus “grupos de interés” se interioricen acerca de la importancia que implican temáticas tales como: el respeto de los derechos humanos, laborales, la erradicación del trabajo infantil, una adecuada alimentación/nutrición, la educación, la salud, el cuidado del medio ambiente y con ello el bienestar común. Entre algunas de las acciones implementadas, caben mencionar las siguientes:

Gestión Interna

- *Lucha contra el Trabajo Infantil:*

La compañía históricamente no contrata a menores de 18 años de edad. Este criterio forma parte del articulado de su Código de Ética. Paralelamente, se sumó en forma voluntaria al conjunto de empresas que generan y apoyan programas para la prevención y erradicación del trabajo infantil denominado: “Red de Empresas Contra el Trabajo Infantil”. La cual, trabaja articulada con la Comisión Nacional para la Erradicación del Trabajo Infantil (CONAETI) dependiente del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social, asesorados por OIT y UNICEF

- *Suscripción voluntaria a la firma del acta de compromiso “Por un trabajo digno sin violencia laboral”:* en las instalaciones del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social (MTEySS) con el objetivo de prevenir y difundir esa problemática. A partir de su firma, Mastellone acuerda la necesidad de adoptar medidas de prevención y atención de la violencia laboral y asimismo, se compromete a fomentar la utilización de la negociación colectiva como instrumento fundamental para establecer políticas de prevención y tratamiento en el ámbito laboral y contribuir en las investigaciones y estudios estadísticos que lleva adelante la oficina de Asesoramiento sobre Violencia Laboral (OAVL del MTEySS) en el sentido de aportar a un mayor conocimiento de la temática a nivel nacional.
- *Igualdad de oportunidades-Reclutamiento de Personal:* A través de su Departamento de Empleos, tiene por política seleccionar e incorporar al candidato más apto para cada posición. Indistintamente su sexo o edad, participan de este proceso postulantes en igualdad de oportunidades y en función de las características y de las competencias requeridas para el buen desempeño del mismo. Para llevar adelante este proceso de selección, se realiza un exhaustivo relevamiento de la posición, funciones y tareas a cumplir en el puesto vacante, detalladas en la descripción de cada puesto.
- *No discriminación.*
+Incorporación de un panel sensorial: La empresa trabaja en pos mantener el compromiso de proveer condiciones de igualdad de oportunidades a todos los individuos y constituir a partir de ello, una dotación de personal que refleje la diversidad poblacional del territorio en el cual opera. Como parte de las medidas tendientes a la integración de todos los individuos, desde abril del año 2005, cuenta con un “panel sensorial” conformado por personas con visión disminuida o

	<p>no videntes especializadas en el análisis sensorial (olfativo y gustativo) de productos. El grupo es liderado por un profesional vidente entrenado para tal fin. Si bien la Compañía encontró un espacio altamente competente a la hora de evaluar sus productos, los integrantes del panel accedieron a un trabajo digno, en el cual se valora su condición, siendo esto un camino para su desarrollo laboral y personal.</p> <p>+Retribuciones: El salario inicial en Mastellone Hnos. es el mismo indistinto el sexo del empleado, edad o región donde el empleado desarrolla sus tareas laborales</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Promoción de la Comunicación Interna:</i> a través de su Departamento de Comunicación Interna, la compañía genera una visión compartida y difunde a todos sus colaboradores sus valores y cultura organizacional. Por medio de dicho canal, se busca establecer vínculos, promover espacios de intercambio y difundir información con intenciones de colaborar en el alcance de los objetivos del negocio. La comunicación con el público interno se constituye a través de diferentes canales, entre los que se destacan: la revista interna “Entre Nosotros”, las carteleras institucionales y los boletines electrónicos informativos • <i>Educación y formación:</i> Con intenciones de instruirse y trabajar en materia de Derechos Humanos, se capacita a sus colaboradores en temas vinculantes y específicos de la gestión de la compañía en torno al tema. • <i>Cuidados de la salud:</i> Mastellone Hnos., dentro de su Complejo Industrial General Rodríguez, cuenta con un equipo de profesionales que presta servicio médico (SM) las 24 hs. del día, asesorando y evacuando consultas de cada uno de sus empleados. Mientras que en las plantas del interior, dicho servicio es ambulatorio. Como parte de sus actividades, el SM organiza regularmente campañas de prevención sobre distintas temáticas que impactan en la salud de las personas. Siguiendo estos lineamientos, una de las campañas más importantes que lleva a cabo desde hace más de 11 años, es la “Campaña de Vacunación Antigripal”. La cual sienta sus bases en la concientización respecto a las medidas de prevención que se deben implementar durante la estación invernal y la opción de aplicación de la vacuna a todo el personal que así lo desee, de manera gratuita, con las cepas de la temporada. • <i>Desarrollo de Alimentos Funcionales:</i> los cuales se desarrollan con el objeto de atender las diversas necesidades nutricionales de la sociedad, respondiendo a los consensos de los organismos nacionales e internacionales referentes en la materia. • <i>Servicio al Productor:</i> Desde las áreas que conforman la Dirección de Compra de Materia Prima Láctea (CMPL), se brinda apoyo a los productores y transportistas de materia prima con una amplia gama de opciones para mejorar su productividad y con ello su empleo. En este marco, Mastellone Hnos. les acerca la posibilidad de acceder a diversos insumos, servicios, tecnología, beneficios y capacitaciones. • <i>Coordinación de Sistemas de Gestión:</i> De acuerdo al Sistemas de Gestión integrado y su política de calidad inocuidad alimentaria y medio ambiente, la Compañía promueve la mejora continua y opera eficazmente los procesos a fin de mantener las instalaciones en condiciones adecuadas con el objetivo de garantizar la seguridad alimentaria de los productos resultantes de dicha actividad y el cuidado del medio ambiente en su proceso de elaboración, optimizando la utilización de
--	---

insumos, los recursos no renovables y la generación de residuos.

Gestión Externa

- *S/C* (Servicio de Información al Consumidor/Cliente): es un canal de diálogo de suma importancia por medio del cual la compañía recibe las consultas y reclamos realizados por los consumidores/clientes, quienes transmiten sus necesidades en forma telefónica o vía mail con el fin de obtener asistencia a sus requerimientos. En caso de quejas sobre algún producto, cabe mencionar que el Departamento Técnico atiende en forma personalizada a los consumidores en su domicilio, retirando él o los productos con reclamo/s, reponiéndolo/s y explicando en el momento, las causas posibles que hacen al reclamo o enviando el producto para su análisis al laboratorio, donde se evalúa para luego brindar respuesta basada en resultados analíticos.
- *DIEs* (Departamento de Información Estudiantil): Con el fin de contribuir al desarrollo, la educación de los jóvenes, su inclusión laboral y con ello, al progreso de la comunidad, el **DIEs**, apoya a estudiantes de distintos niveles académicos e instituciones educativas, brindando información y respondiendo a consultas vinculadas con la empresa, el rubro lácteo, su gestión en materia de RSE, sus productos y cadena de valor.
- *DIN* (Departamento de Información Nutricional): Por medio del **DIN**, Mastellone Hnos. asesora y brinda información nutricional actualizada a profesionales de la salud y consumidores en general, destacando los beneficios que poseen sus productos lácteos. De esta manera se encuentra en constante contacto con las sociedades médicas-nutricionales del país. Asimismo, se preocupa por la educación de los más chicos y la actualización de información para los docentes.
- *Programa de puertas abiertas*: La compañía promueve el Desarrollo Social y la Comunicación, abriendo las puertas diariamente a diferentes públicos para que conozcan la empresa, desde las instalaciones y sus recursos materiales, hasta su forma de trabajo en la ejecución de los distintos procesos productivos. Durante la recorrida, se transmite la filosofía de la empresa y su compromiso con la calidad, el respeto por los derechos humanos, su gestión en materia de Responsabilidad Social, la seguridad de los empleados y el cuidado del medio ambiente.
- *Inversión Social*: Mastellone Hnos. fiel a la sensibilidad social que la ha caracterizado en toda su trayectoria y a su responsabilidad como un miembro clave de la comunidad de la que forma parte, a través de su Departamento de Donaciones, colabora mensualmente con diversas entidades y organizaciones a fin de poder contribuir en la mejorar la calidad de vida de sus beneficiarios.

- *Mundialito de fútbol La Serenísima*: Es una iniciativa articulada entre Mastellone Hnos. y Danone Argentina pensada para acercarse a su comunidad fomentando un mejor desarrollo en los niños y toda su familia. Es un evento mundial que invita a los niños de los cinco continentes a creer en sus sueños participando de un Mundial “de verdad”. El mismo busca promover el deporte y la vida saludable, la integración de la comunidad y la solidaridad. Se plantea como una manera de brindar a los chicos la oportunidad de divertirse sanamente en una competencia donde se privilegia el ambiente familiar y la amistad. El objetivo del Torneo es, como se afirma en el Reglamento de la Copa, es “promover el deporte infantil y jerarquizar el Fair Play”. Por cada inscripto en la iniciativa, se dona un producto lácteo a una asociación civil.
- *La Serenísima Va a la Escuela (LSVE)*: Es una campaña institucional conjunta entre Mastellone Hnos. y Danone, que consiste en la visita a escuelas primarias por parte de profesionales de la salud y tiene como objetivo promover hábitos alimenticios saludables en los más chicos, basados en una dieta equilibrada y variada que incluya los distintos grupos de alimentos.
- *Museo de los Niños*: propone un espacio enriquecedor y alternativo de encuentro que integra el juego, movimiento, percepción, comprensión y expresión, incentivando la curiosidad, el interés por el conocer y la imaginación desde una mirada transformadora. Basado en la Declaración de los Derechos del Niño, ha sido diseñado para propiciar en cada uno de ellos, el desarrollo de sus propios potenciales: “aprender haciendo” y “jugar y divertirse aprendiendo”. Apoyando la iniciativa, Mastellone Hnos. inauguró su propio espacio didáctico en el Museo de los Niños Abasto, Capital Federal denominado “El Mundo de la Leche”, el cual está compuesto por un sector que explica a través del juego las instancias del proceso de la leche y de la producción del dulce de leche.
- *Concurso “Compartí tu desayuno saludable”* dirigido a los hijos de los colaboradores entre de entre 6 y 13 años a los fines de promover como parte de su alimentación la incorporación del “desayuno”, la comida más importante del día.
- *Sitios Web y Redes Sociales*: A través de su sitio web institucional se relaciona con el consumidor de una manera más cercana mediante una comunicación bidireccional. Al consumidor se le brinda información acerca de novedades institucionales, lanzamientos de productos, salud, nutrición, RSE, medio ambiente, publicaciones de recetas, entre otros temas. Mientras que la empresa a través de este medio, puede conocer y e implementar gestión para atender sus gustos, preferencias, necesidades, inquietudes, sugerencias etc. Esta iniciativa, forma parte de un proceso de enriquecimiento de la información que surge debido al creciente interés por parte de los consumidores. En línea y con el objetivo de tener un contacto más personalizado con el consumidor, desde el año 2009, la compañía

	<p>comenzó a tener presencia institucional en las redes sociales Facebook y YouTube.</p> <p>Implementando lo expuesto y en pos de su mejora continua, la compañía fortalece su compromiso con los derechos humanos, promoviendo su respeto y promoción como parte del quehacer diario de todos los que conforman la Compañía.</p>
	<p>Actividades emprendidas en el último año / planificadas para el próximo año</p>
	<p>De acuerdo a la gestión descrita anteriormente, durante el año 2015, se concretaron las siguientes acciones:</p> <p><u>Gestión Interna</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Lucha contra el Trabajo Infantil.</i> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Continuó con la entrega de Códigos de ética a los nuevos proveedores al momento de iniciar la relación comercial con MHSA ✓ Recibió el certificado como empresa “miembro activa” por parte de la Red de Empresas que Lucha contra el trabajo infantil ✓ Contribuyó económicamente en la producción y viralización de un video que refleja la problemática del trabajo infantil que fue presentado el 12 de junio Día Mundial Contra el Trabajo Infantil. • <i>Suscripción voluntaria a la firma del acta de compromiso “Por un trabajo digno sin violencia laboral”:</i> Mastellone suscripta desde el año 2012, continuó participando del Grupo de Trabajo en torno al tema, el cual se reunió en articulación con referentes del MTEySS con una frecuencia trimestral • <i>Igualdad de oportunidades. Reclutamiento de Personal:</i> La Compañía continuó con su política de velar por evitar cualquier tipo de acto discriminatorio, acoso, intimidación o sometimiento entre sus postulantes, empleados, accionistas, clientes, proveedores y el público en general. Bajo esta premisa promueve en los colaboradores practicar el trato justo en todos los espacios y grados sin importar su raza, nacionalidad, religión, condición socio-económica, incapacidad u orientación sexual. • <i>No discriminación.</i> <ul style="list-style-type: none"> +<i>Incorporación de un panel sensorial:</i> Se encuentra conformado por personas No videntes especializadas en el análisis sensorial (olfativo y gustativo) de productos. El mismo continuó con su actividad evaluando los productos de Mastellone Hnos puestos en el mercado. +<i>Retribuciones:</i> Se respetaron las remuneraciones y categorías establecidas en los convenios colectivos de trabajo indistinta su edad y sexo. • <i>Promoción de la Comunicación Interna:</i> Continuando con la gestión, el Departamento de Comunicación Interna brindó soporte a las diferentes áreas de la Compañía para comunicar diversas acciones con el objetivo de sensibilizar y concientizar al personal. Entre los temas más relevantes se destacaron: lanzamientos de productos, las novedades institucionales, el accionar en materia Responsabilidad Social Empresaria (RSE): los beneficios otorgados a los colaboradores, los indicadores de sustentabilidad y

	<p>aspectos relacionados con: la salud, la mejora de la calidad de vida, los derechos humanos y el cuidado del medio ambiente, entre otros. Dichas acciones fueron compartidas a través de los siguientes canales de comunicación:</p> <p>- BOLETINES INFORMATIVOS y CARTELERAS INSTITUCIONALES</p> <p>▫ Vinculados/as con: los progresos alcanzados de la Empresa, las novedades de recursos humanos, los saludos al personal en el día internacional del trabajador y del trabajador de la industria láctea, del padre, de la mujer, del niño, de la madre; lanzamientos de productos, novedades institucionales, lucha por la erradicación del trabajo Infantil, solidaridad humana, corrupción y transparencia, los derechos humanos y del niño.</p> <p>▫ Para promover buenos hábitos de salud en general: durante el mes de octubre se llevó a cabo el “Mes de la Alimentación Saludable”, donde no solo se dieron a conocer diversos consejos relacionados con la alimentación y la actividad física, sino que también se llevó a cabo un concurso de fotografía para los hijos de los empleados denominado “Compartí tu desayuno saludable”. También con el objetivo de promover buenos hábitos de salud, durante todo el año, se invitó al personal a participar de diversas carreras solidarias, organizadas por distintas entidades, otorgándoles a aquellos que quieran participar pases libres.</p> <p>Además se llevó adelante la comunicación de las siguientes acciones: campaña digital “Compartí un vaso de leche” colaborando con quienes más lo necesitan, convocatoria al “Mundialito de Fútbol” para hijos y sobrinos de los colaboradores, programa “LS va a la escuela” con el objetivo de promover hábitos saludables en los más chicos, participación del Departamento de Información Nutricional en diversos congresos científicos de salud, semana mundial de la Lactancia Materna, entre otras.</p> <p>▫ De prevención sobre la temática ambiental: consejos para el cuidado del agua, destacar la importancia del aire puro, promoción de la campaña de concientización “La Hora del Planeta”, campaña de separación de residuos en los comedores del Complejo Industrial Pascual Mastellone, campaña uso eficiente de energía. También se dieron a conocer los indicadores de reciclado del año y la participación de Mastellone Hnos. junto con otra entidad en la plantación de 35 árboles nativos, bajo la premisa del día de la conciencia ambiental.</p> <p>▫ Se informaron los beneficios otorgados a los empleados, entre los cuales cabe citar: entrega de útiles escolares para los hijos de los colaboradores, menú del comedor, coordinación de visitas al Complejo Industrial Pascual Mastellone para familiares de empleados durante el período de vacaciones y obsequio de cajas navideñas. También se comunicó un nuevo beneficio para el personal de Planta General Rodríguez: la instalación de una máquina “Sube” que permite realizar diversas operaciones, como ser carga de salgo, consulta de saldo, etc. Además, se continuaron ofreciendo beneficios educativos en: Universidad Siglo XXI y el Colegio New Zealand. También se comunicaron los horarios asignados para el asesoramiento “in situ” en Planta General Rodríguez por parte de referentes del Banco Santander Río y Francés.</p> <p>▫ Entre los servicios vigentes de la Asociación Mutual Con-Ser, se informó semanalmente, a modo de servicio para los colaboradores que trabajan en el Complejo Industrial Pascual Mastellone, cuáles son las farmacias de turno en las localidades de General Rodríguez, Luján y Jáuregui. Además, se comunicó trimestralmente el informe del estado de cuenta del fondo solidario de trasplantes e implantes. Al igual que se dio a conocer la instalación de un buzón en la sede de la Asociación para acercar documentación relacionada a la obra social.</p> <p>A los fines de obtener una mayor agilidad en la comunicación y promover el diálogo con sus colaboradores, Mastellone Hnos. continuó fortaleciendo su relación con el</p>
--	---

	<p>personal a través de la divulgación de las siguientes piezas de comunicación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - REVISTA INTERNA “ENTRE NOSOTROS”: Durante el 2015, diferentes secciones de la revista se comunicaron por boletines digitales y carteleras, como ser: notas al personal con trayectoria, entrevistas a colaboradores que ingresaron como pasantes en la Compañía y con los años se fueron desarrollando profesionalmente, “Ayer y Hoy” una sección destinada a mostrar las diversas formas de trabajo en los sectores con el correr del tiempo, “Mis Hobbies” una forma de conocer a nuestros colaboradores desde otro lugar, voluntariados sociales, notas relacionadas a temas de equilibrio emocional y buenas costumbres. También a fin de año se publicó en formato digital el Anuario 2015 de la revista “Entre Nosotros”. En dicho anuario se recopilaban las comunicaciones más importantes del año, con el objetivo de afianzar y revalorizar el sentido e importancia de lo que significa mantener una buena comunicación. - BOLETINES INFORMATIVOS DIGITALES: A las comunicaciones habituales se incorporaron, a través de los boletines digitales, las secciones de la revista interna “Entre Nosotros”. - CARTELERAS INSTITUCIONALES: La información comunicada en los boletines informativos se replica en las carteleras institucionales de las diferentes plantas y depósitos de la Empresa. A su vez, se realizaron afiches específicos según la necesidad del momento. <ul style="list-style-type: none"> • Educación y formación: <ul style="list-style-type: none"> -Mastellone Hnos continuó participando del Grupo de trabajo organizado por la Red Local de Pacto Global en el marco de la temática “Derechos Humanos y Empresa”. -Difundió comunicados e información a los fines de promover el respeto por los DDHH en sus colaboradores. -Continuó avanzando en la realización de los Talleres “Trabajando con Valores” con el fin de fortalecer los valores como empresa y reforzar la cultura del trabajo, basada en el esfuerzo, honestidad, escucha y respeto mutuo. Los resultados de los mismos son informados a la Dirección sentando precedente para la mejora continua. • Cuidado de la Salud: se llevaron a cabo campañas de comunicación y difusión de medidas preventivas diversos temas que conciernen a la salud de los colaboradores. Entre alguna de ellos, caben mencionar las siguientes: <ul style="list-style-type: none"> ✓ cuidados de la piel en el verano, ✓ inocuidad de los alimentos ✓ ACV (accidente cerebro vascular) ✓ osteoporosis ✓ hipertensión arterial ✓ VIH, ✓ exámenes periódicos de salud⁴ ✓ inmunización y medidas preventivas para disminuir las enfermedades del corazón, entre otras ✓ campaña de vacunación antigripal (Se cumplió con la campaña anual de vacunación antigripal, ofreciendo inmunización contra la cepa estacional y la Gripe A (H1N1))
--	---

⁴ Alcance: Planta GR

- *Desarrollo de Alimentos Funcionales:*

Se incorporaron a la línea de productos funcionales de Mastellone Hnos.:

-los nuevos quesos procesados untable “Finlandia Light al Pesto” y “Finlandia Light sabor Salame”,

-los nuevos sabores Mandarina y Alfajor de Chocolate para la línea Junior

- “MAS”: un alimento listo para utilizar como desayuno o merienda balanceada, en sus sabores Vainilla Flakes, Café Latte y Capuccino Light.

-nuevos sabores a la línea “Seremix” de licuado de leche y frutas, “Banacuya” y Melon”

-nuevas variedades Light de queso Cremoso y Cremon, reducidas en contenido de materia grasa y calorías.

- *Servicio Al Productor* Como cada año, continuamos trabajando y nutriendo las diferentes plataformas digitales: Web Tambos (incluye Web Insumos), lo que supuso la publicación periódica de contenidos de interés para el productor como invitaciones a eventos, propuestas de capacitación, artículos de divulgación, consejos y recomendaciones técnicas, información de resoluciones de interés, novedades en lo referente a asistencia financiera y líneas de crédito, novedades institucionales y noticias de actualidad.

Por otra parte, la Web Transportistas -en línea desde abril de 2013- continuó creciendo, transformándose en un canal de comunicación y consulta específico para otro eslabón clave en nuestra gestión: los transportistas de materia prima. De esta manera, el transportista dispone de una valiosa herramienta de control y gestión, a través de la cual pudo acceder a información sobre sus liquidaciones, viajes y recorridos, cuenta corriente y demás novedades de interés.

Gracias a este servicio on line, tanto productores como transportistas tuvieron acceso a información muy valiosa para el seguimiento de sus negocios desde cualquier parte del mundo y en cualquier momento.

Finalmente, cabe mencionar, que todos los sitios (Tambos, Insumos y Transportes) continuaron con la atención constante de consultas provenientes de productores tamberos remitentes y transportistas que prestan servicio a la Compañía, a través de la casilla de mail “Contáctenos” y telefónicamente con el correspondiente seguimiento de cada caso hasta su resolución.

Sumado a ello, dimos continuidad al desarrollo y entrega de diversos materiales para productores y transportistas: circulares, folletos, Manual Práctico de Crianza de Terneros, Video de Crianza de Terneros, etc.

+Programa de Mayor Uso del Semen Sexado en Vaquillonas

Continuamos impulsando el Programa en Vaquillonas, lanzado en 2014, con el objetivo de fortalecer el rodeo lechero de los productores remitentes y por consiguiente, aumentar la provisión de materia prima a la Compañía.

El uso del semen sexado es una novedosa técnica, de la que Argentina está entre las pioneras a nivel mundial, que permite determinar el sexo del animal previo a su inseminación. De esta manera, el productor puede asegurarse que el 90% de las nuevas pariciones sean hembras, aumentando así su rodeo lechero y, por ende, su producción. En el marco de este programa, Mastellone Hnos. bonifica el 30% de la compra de semen sexado realizada por el productor para uso propio en vaquillonas, y los centros adheridos se comprometen a ofrecer precios especiales a los usuarios de este programa. Asimismo, Mastellone ofrece condiciones especiales de financiamiento para quienes se adhieran.

Mastellone Hnos. es la primera empresa en el país que implementa un programa de

	<p>este tipo y continúa firme en su decisión de acompañar a sus remitentes en la adopción de esta herramienta, que apunta a incrementar la competitividad del sector tambero en el largo plazo. Este proyecto de inversión se suma al ya existente Premio al Crecimiento, que continuó durante 2015 y tiene como objetivo promover el crecimiento de la productividad y producción de los productores tamberos. Todas estas iniciativas se enmarcaron dentro del Plan Más Leche.</p> <p><u>+Programa “Crianza de Primera”</u></p> <p>Otra de las acciones que se enmarcaron dentro del Plan Más Leche y que fue el eje central de la mayoría de las actividades de capacitación y acciones del sector, fue este Programa que se inició en 2014 con el relevamiento de diagnóstico a las crianzas de tambos remitentes a Mastellone y que se profundizó en 2015. Esta iniciativa tiene como objetivo promover la mejora de las crianzas de los tambos y los índices de reposición, aumentar los planteles de vacas y por ende, incrementar la cantidad de leche remitida a la Compañía.</p> <p>Durante el año 2015, el Dr. Guillermo Berra y la Ing. Guillermina Osacar, reconocidos especialistas en cría y recría de terneros en el tambo, llevaron a cabo el procesamiento de datos y análisis de la información recabada a través de la encuesta realizada en 2014, y brindaron más de 25 de Cursos de Atención de Parto y Talleres de Crianza de los que participaron unas 600 personas pertenecientes a más de 300 crianzas de tambos remitentes.</p> <p>La etapa siguiente fue el lanzamiento del “Concurso Crianza de Primera” para culminar finalmente con un “Simposio de Cría y Recría de Bovinos de Leche” celebrado los días 24 y 25 de noviembre en la Universidad Católica Argentina, Bs. As.</p> <ul style="list-style-type: none"> <p><i>Coordinación de Sistemas de Gestión:</i></p> <p>De acuerdo al Sistema de Gestión integrado y su política de calidad, inocuidad alimentaria y medio ambiente, la Compañía promueve la mejora continua y opera eficazmente los procesos a fin de mantener las instalaciones en condiciones adecuadas con el objetivo de garantizar la seguridad alimentaria de los productos resultantes de dicha actividad y el cuidado del medio ambiente en su proceso de elaboración, optimizando la utilización de insumos, los recursos no renovables y la generación de residuos.</p> <p>Este año continuamos con el mantenimiento de varios procesos con el concepto de calidad bajo la Norma ISO 9001 y de inocuidad alimentaria a través del estándar internacional FSSC 22000, sumando la certificación del sector de leches ultra pasteurizadas. Además se recibió, de parte del Organismo Argentino de Acreditación (OAA), el 1° mantenimiento de la acreditación de la Norma IRAM 301:2005 (ISO 17025), en los Laboratorios de Análisis y Tipificación de Leche ubicados en sus Plantas de Clasificación, en el laboratorio central y los sectores que brindan soporte dentro del sistema. De esta manera, Mastellone Hnos. S.A. continúa siendo en la primera y hasta el momento la única empresa láctea en el país en acreditar la Norma ISO 17025 en todos sus laboratorios de análisis de leche cruda, cuyos resultados se destinan a establecer la composición y la calidad de la materia prima. Dicha normativa aplica para aquellos laboratorios que tienen un sistema de gestión de calidad y que desean demostrar su competencia técnica.</p> <p>Mastellone Hnos, sigue a la vanguardia de las más altas exigencias a nivel mundial no sólo en calidad sino que también en garantizar y brindando alimentos seguros e inocuos a los consumidores.</p> <p>Para mantener estos estándares de primer nivel internacional se continúa</p>
--	--

	<p>implementando el sistema de gestión en todas sus plantas, dando continuidad al programa de auditorías internas en la planta de General Rodríguez, en las plantas queseras y en las plantas clasificadoras.</p> <p>Como todos los años se recibieron distintos tipos de auditorías externas distribuidas entre Organismos de acreditación, Certificación, Autoridades Sanitarias Nacionales y Extranjeras. Las mismas se realizaron en los siguientes sectores y plantas: Recibo de Leche, Leche en Polvo, Leche Estéril, Leche Ultra, Laboratorio central y de calibración, Planta Armonía, Planta Trenque Lauquen, Planta San Luis, Laboratorio planta clasificadora Mercedes y Junín.</p> <p><u>Gestión Externa</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>SIC</i> (Servicio de Información al Consumidor/Cliente): Se continuó con el horario extendido a los fines de abarcar la mayor cantidad de llamados y se recuperaron llamadas mediante un sistema de análisis de llamados entrantes para poder optimizar la atención. Por otra parte, se capacitó especialmente al personal para que pueda dar respuesta y solución a los reclamos al momento, de ser posible, sin necesidad de efectuar un segundo contacto con el Consumidor • <i>DIEs</i> (Departamento de Información Estudiantil): Se dio continuidad a los tradicionales envíos de información por correo electrónico, como así, se mantuvo comunicación fluida a través de llamadas telefónicas. Durante el año, se envió información a todos los docentes que visitaron la planta a través del programa “Puertas Abiertas”. En particular, datos sobre la empresa, el circuito productivo, alimentación saludable, nutrición y salud. • <i>DIN</i> (Departamento de Información Nutricional): El DIN site continuó ampliando la base de datos de información científica nutricional que incluye trabajos de investigación, tablas actualizadas de composición química de nuestros alimentos, publicidades y charlas del equipo o de profesionales que se dieron en congresos y espacios de discusión, que sirven como soporte en la promoción de nuestros productos y pueden ser enviados a aquellos Profesionales de la Salud que así lo soliciten. Este año, la actividad del equipo de asesoras nutricionales se destacó por la cantidad de presentaciones en todos los ámbitos posibles y referidos a nutrición saludable. • <i>Programa de puertas abiertas</i>: Mastellone Hnos. dió continuidad a la actividad fortaleciendo con su compromiso con la comunidad. En este marco, cabe destacar que a lo largo de todos estos años se logró afianzar los vínculos creados con distintas entidades nacionales e internacionales, quienes expresaron su agradecimiento por la manera en que fueron recibidas. Lo cual se ve reflejado año a año en el incremento de la demanda de solicitudes de visitas por parte de la comunidad en general. Este año se elaboró una base de datos con instituciones de la comunidad, en un radio de 30 kilómetros desde dónde se encuentra situado el Complejo de GR, y se invitó a participar del programa a través de correspondencia postal y correo electrónico a Clubes, Asociaciones Civiles, Escuelas de actividades culturales, Sociedades de Fomento, entre otras • <i>Inversión social</i>: la Empresa no sólo ha continuado con la entrega de productos
--	---

	<p>lácteos, sino también con contribuciones económicas a diversas entidades que contribuyen con el desarrollo social. Las mismas fueron destinadas para reformas edilicias en parroquias y escuelas por ejemplo, como así también para la compra de equipamiento hospitalario. Por otro lado y reforzando el compromiso con la educación, se visitaron las escuelas, se analizaron sus necesidades y se hizo entrega de equipos informáticos, material didáctico y lúdico entre otros elementos educativos. Acciones que consolidan su compromiso con la tarea de colaborar tanto con entidades públicas como privadas a fin de promover la educación y la salud de la comunidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> <p><i>Mundialito de Fútbol La Serenísima:</i> estuvo presente en Mendoza, Tucumán, Córdoba y Buenos Aires. Se logró un record de equipos inscriptos en todas las sedes. Los equipos estuvieron formados por chicos de 10 a 12 años de edad. Además de los partidos de futbol, tanto los jugadores como los asistentes pudieron disfrutar de distintas actividades al aire libre, entre ellas: talleres de reciclado, charlas sobre nutrición y degustación de productos. A través de dichas actividades, los participantes conocieron los valores del Fair Play, compañerismo y de lucha por sus sueños; como así también, asociaron nuestra marca con la alimentación saludable y el deporte inclusivo. La final nacional se disputó en Tecnópolis, que contó con la presencia de 3.500 personas, quienes presenciaron dos Shows: “Supersaludable y el Maravilloso Mundo de los Alimentos”, y del recital de Luciano Pereyra. Por cada persona que participó del evento, se donó 1 kilo de producto lácteo a la Fundación DIES, dirigida por el prestigioso ex futbolista David Trezeguet.</p> <p><i>La Serenísima va a la escuela (LSVE):</i> La 8va. Edición del programa LS va a la Escuela, comenzó el día 3 de agosto en la Ciudad de Rosario, y finalizó el día 24 de noviembre en la Ciudad de San Salvador de Jujuy. Entre las provincias visitadas se encuentran: Buenos Aires, Santa Fe, Corrientes, Chaco, Formosa, Mendoza, Córdoba, San Luis, Tucumán, Salta y Jujuy. En esta oportunidad, se trabajaron los puntos más relevantes de la alimentación: Importancia del desayuno; grupo de nutrientes y alimentos; el agua; la importancia del Calcio en la etapa de desarrollo del niño, la higiene de los alimentos y la actividad física. A lo largo del año 2015 se desarrollaron las siguientes acciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Este año, se puso en marcha un rediseño del programa y se reforzaron las charlas, a través de una actuación como estrategia para captar la atención los alumnos desde el inicio. Asimismo, se presentaron imágenes y materiales corpóreos, para trabajar cada tema puntual, y se finalizó con juegos a fin de reforzar los conceptos transmitidos. Todo enmarcado dentro de una escenografía ilustrativa, iluminada y reforzada con los conceptos principales de la alimentación. -Las charlas estuvieron a cargo de las nutricionistas del Departamento de Información Nutricional de la empresa. -Una vez finalizada la actividad, se entregó material didáctico y folletos educativos, diseñados exclusivamente para los alumnos, según el nivel académico, los docentes y las escuelas. -En su sitio web exclusivo del programa, www.lsvaalaescuela.com.ar, se publicó contenido respecto a los distintos grupos del óvalo nutricional, la importancia del desayuno, los beneficios del calcio, la actividad física, recetas saludables, contenido para docentes, juegos, novedades de la acción y un canal destinado
--	---

	<p>únicamente a las consultas y comentarios.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Museo de los Niños del Abasto: Dentro de las actividades propuestas se entregó un cuestionario que les permitió a los chicos aprender sobre el proceso de producción de la leche y del dulce de leche, como así también sobre las propiedades de estos productos. La tecnología es un elemento importante en este espacio donde dos pantallas touch screen y tres monitores, enriquecieron la propuesta El Mundo de la Leche. • Concurso “Compartí tu desayuno saludable”: Se desarrolló con el fin de reflejar a través de una fotografía, una imagen que represente el desayuno más completo, nutritivo y saludable. Conformado a partir de la información nutricional que le fue entregada a los/as niño/as participantes junto con las bases y condiciones del concurso. • <i>Sitio Web Institucional y Redes Sociales</i>: Se trabajó en la mejora y actualización de las plataformas digitales de la Empresa: <ul style="list-style-type: none"> ✓ http://www.laserenisima.com.ar/ ✓ http://www.mhsa.com.ar/ http://www.lecheycalidad.com.ar/ ✓ https://es-es.facebook.com/laserenisima ✓ https://www.youtube.com/user/LaSerenisimaTV ✓ http://www.lsvaalaescuela.com.ar/ <p>Por otro lado y con el fin de sostener los vínculos creados con los consumidores a través de sus sitios web, la Empresa continuó enviando un newsletter institucional a todas aquellas personas suscriptas al mismo. Asimismo, se presentaron y comunicaron los nuevos productos de la marca, se publicaron recetas de cocina y se pusieron a disposición de los consumidores distintas encuestas de productos para evaluar su elección y percepción. A través de las distintas plataformas se brindaron “tips” y consejos saludables, sobre todo en el marco de campañas como el Día Mundial de la Leche, la Semana de la Lactancia Materna, el Día de la Alimentación, Día del Corazón y Día de la Osteoporosis, entre otros. Sumado a ello, se continuó optimizando y aumentando la presencia de La Serenísima en las redes sociales para responder a la creciente demanda de información y respuesta de los consumidores expresadas a través de dichos canales.</p> <p>La respuesta del público en estas redes es muy buena y la interacción es cada vez mayor. En Facebook, se comunicaron también todas las novedades de la Compañía, como temas sociales, lanzamientos de productos, campañas publicitarias, recetas con productos de la empresa, encuestas de opinión entre los visitantes, entre otros.</p>
Resultados	Medición de resultados (esperados) y valor agregado a nuestra compañía
	<p><u>Gestión Interna. Resultados 2015:</u></p> <p><i>*Lucha Contra el Trabajo Infantil:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Mastellone Hnos. NO contrata menores de 18 años plasmando dicho accionar en su Código de Ética. El cual a su vez, fue entregado a todos sus proveedores al momento de iniciar su relación comercial con la Compañía, haciendo extensivo su compromiso social en la cadena de valor. En el 2015, se entregaron 159 Códigos de Ética.

- ✓ Se viralizó en diferentes redes sociales, (Facebook, You Tube, Twetter) el video realizado en conmemoración al Día Mundial Contra el Trabajo Infantil.
- ✓ El certificado de empresa “miembro activa” lo otorga la “Red de Empresas que Lucha contra el trabajo infantil” a aquellas organizaciones que al menos formen parte de una subcomisión de trabajo y se involucren como mínimo en un 75% de las actividades, iniciativas y reuniones de trabajo propuestas por la Red. Mastellone Hnos superó los requerimientos como miembro del Comité Directivo (80%) y de la subcomisión de Comunicación (100%)

**Suscripción voluntaria a la firma del acta de compromiso “Por un trabajo digno sin violencia laboral”:*

- ✓ La compañía ha utilizado sus canales de comunicación interna los fines de difundir información respecto a dicha problemática.
- ✓ Se ha presentado el “Manual de Concientización, Prevención sobre la Violencia laboral” en las organizaciones empresariales con el fin de que las distintas empresas argentinas puedan propiciar condiciones dignas de trabajo, sin violencia laboral y valorando las relaciones humanas. Este manual busca convertirse en una herramienta de conscientización para las empresas acerca de la problemática de la violencia laboral, definiéndola, ahondando en sus consecuencias, ejemplificando características del entorno laboral saludable, para generar conciencia de prevención.

**Igualdad de Oportunidades-Reclutamiento de personal:* Las fuentes que se utilizaron para reclutar al personal durante el año fueron 4% universidades, 25% agencia, 38% avisos en nuestro sitio web y 33% otras fuentes. Durante este periodo hubo 36 nuevos ingresos a la Compañía, de los cuales 5 correspondieron a personal femenino. Los nuevos colaboradores pertenecen a 4 diferencias provincias, en lo que respecta a las edades: 10 fueron de 20 a 25 años, 14 de 26 a 30 años, 3 de 31 a 35 a años, 8 de 36 a 40 años y por último 1 empleado que supera los 40 años.

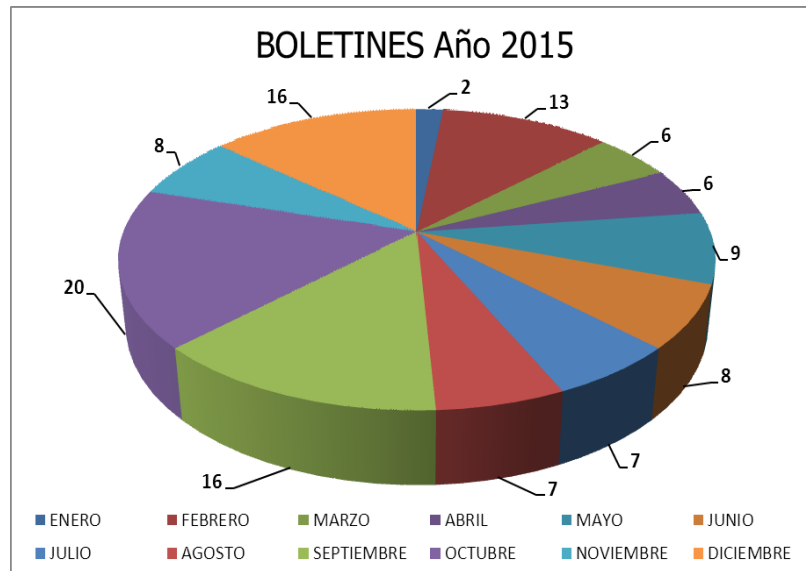
**No Discriminación. Medición de Resultados- Panel Sensorial:*

- Número de sesiones sensoriales/año: 94
- Cantidad de muestras promedio por sesión: 47
- Total anual de muestras ensayadas: 4417

Productos con los cuales trabajó el panel	Cantidad de muestras analizadas.
Alimento a base de leche y café UAT	187
Alimento a base de leche y jugo UAT	367
Alimento a base de leche y jugo ultrapasteurizado	537
Crema	308
Dulce de leche	261
Leche chocolatada UAT	109
Leche en polvo	54
Leche UAT	697
Leche Ultrapasteurizada	769
Manteca	103
Queso procesado	734
Ricotta	131
Yogur	124
Queso rallado	36

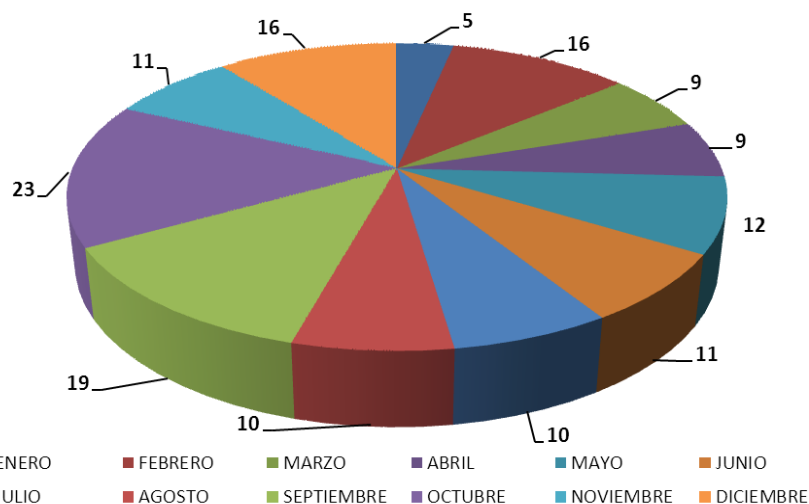
✓ *Promoción de la Comunicación Interna.*

-Boletín Informativo: Se han emitido 170 boletines informativos a todos los usuarios en Planta General Rodríguez y 96 a usuarios del interior, con diferentes contenidos: Lanzamientos de productos, RSE (Campañas de Salud, Educación, Ambiente, Beneficios) , Novedades de la Empresa, etc.



-Comunicados en carteleros: los mensajes de las carteleros internas se han renovado semanalmente. Se han publicado 203 afiches en las carteleros de General Rodríguez y 96 afiches en las del Interior. Incluida en la cantidad de los afiches publicados en General Rodríguez, se consideran un total 33 indicadores referidos a capacitación, seguridad, y ambiente en las carteleros de General Rodríguez. Los 3 indicadores se han renovado mensualmente.

CARTELERAS Año 2015



***Educación y Formación:** Durante el año 2015, Mastellone Hnos continuó participando activamente del grupo de trabajo “Empresas y Derechos Humanos” de la Red Argentina de Pacto Global. Internamente y con intenciones de ampliar el alcance de destinatarios de su capacitación interna, se trabajó en la incorporación de la temática en sus tradicionales Talleres de Valores anuales.

***Campañas de salud:** Se dió continuidad a las campañas educativas en materia de salud cuyos destinatarios fueron los colaboradores de MHSA. Puntualmente, cabe destacar que la campaña de vacunación antigripal alcanzó a **1136** colaboradores que voluntariamente accedieron vacunarse contra la cepa estacional y la Gripe A (H1N1).

***Desarrollo de alimentos funcionales:** Durante el 2015, se incorporaron a la línea de productos funcionales de Mastellone Hnos., los nuevos quesos procesados untable “Finlandia Light al Pesto” y “Finlandia Light sabor Salame”, los nuevos sabores Mandarina y Alfajor de Chocolate para la línea Junior y se lanzó al mercado la nueva línea “MAS” de alimento listo para utilizar como desayuno o merienda balanceada, en sus sabores Vainilla Flakes, Café Latte y Capuccino Light.

También se incorporaron nuevos sabores a la línea “Seremix” de licuado de leche y frutas, “Banacuya” y Melon”Se modificó la formulación del Dulce de leche reducido en grasa “SER”, haciéndolo más suave y cremoso.

Finalmente se lanzaron nuevas variedades Light de queso Cremoso y Cremon, reducidas en contenido de materia grasa y calorías.

***Servicio al Productor:** Como se trata de un sitio exclusivo para proveedores de materia prima láctea, no se contabilizan las visitas, sino los usuarios habilitados. Al respecto, podemos señalar que en 2015 se alcanzó el 92% de ingresos al sitio, contando todos los productores que han ingresado al menos una vez desde que el sitio está en línea (2007). A su vez, se alcanzó un ingreso del 86% de los

productores, quienes utilizan los servicios ofrecidos por la página como una herramienta de control y gestión, manteniendo el ingreso mensual en un nivel sostenido que ronda el 78% del total de productores de la Empresa.

En cuanto a la Web Transportes, se alcanzó un nivel de ingreso del orden del 67%, contando todos los transportistas que han ingresado al menos una vez durante ese período. Asimismo, el nivel de ingreso mensual promedio se encuentra en el 50%.

Finalmente cabe mencionar que se atendieron 487 consultas web a través del “Contáctenos” (incluye “Atención al Productor”, “Servicios Web Tambos” e “Insumos”), alcanzando más de 2.900 casos web recibidos y respondidos desde la puesta en marcha de la web, con el correspondiente seguimiento de cada consulta hasta su respuesta. La página para transportistas, por su parte, suma 43 consultas web desde su implementación en abril de 2013.

-Otros resultados:

*306 Crianzas de tambos remitentes inscriptas al “Concurso Crianza de Primera”.

*570 asistentes al “Simposio de Cría y Recría de Bovinos de Leche” (incluye staff Mastellone).

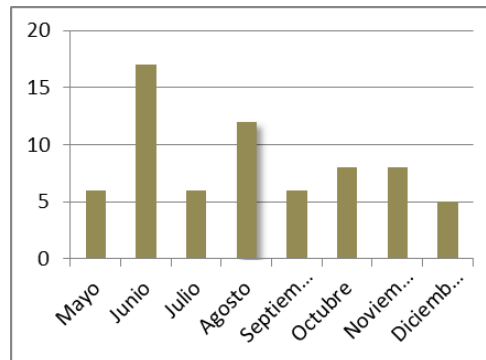
**Coordinación de Sistemas de Gestión:*

Mastellone Hnos. dio continuidad al programa de auditorías internas, involucrando a un total de 68 auditorías, con la participación de 207 colaboradores que oficiaron de auditores internos. Estas auditorías se dividieron en 56 realizadas en la planta de General Rodríguez, 2 en las plantas queseras de (Trenque Lauquen y Leubucó) y 10 en las plantas clasificadoras de Mercedes, Junín, Rufino, las Varillas y Trenque Lauquen.

AUDITORIAS AÑO 2015

MES	AUDITORIAS	AUDITORES
Mayo	6	14
Junio	17	48
Julio	6	13
Agosto	12	35
Septiembre	6	41
Octubre	8	23
Noviembre	8	22
Diciembre	5	11

TOTAL	68	207
-------	----	-----



Sumado a ello, se recibieron 21 auditorías externas distribuidas entre Organismos de Certificación, Autoridades Sanitarias Nacionales y Extranjeras y Clientes.

FECHA	MOTIVO	NORMA AUDITADA	SECTOR / PLANTA
08/01/2015	1° SEGUIMIENTO	FSSC 22000	LECHE EN POLVO PTA.5
27/01/2015	RECERTIFICACIÓN	ISO 9001:2008	RECIBO/PLANTA 4 Y 5
26/02/2015	VIGILANCIA	FSSC 22000	YOGUR ARMONIA
08/04/2015	VIGILANCIA	FSSC 22000	TRENQUE LAUQUEN
10/04/2015	VIGILANCIA	ISO 9001:2008	RECIBO/PLANTA 4 Y 5
14/04/2015	SEGUNDA ETAPA CERTIFICACIÓN	FSSC 22000	LECHE ULTRA
28/04/2015	VIGILANCIA	HACCP	PLANTA GRAL. RODRÍGUEZ
20/05/2015	VIGILANCIA	FSSC 22000	LECHE ESTERIL
18/06/2015	1° MANTENIMIENTO	ISO 17025	LABORATORIO CENTRAL Y CALIBRACIÓN
25/06/2015	1° MANTENIMIENTO	ISO 17025	LABORATORIO MERCEDES
26/06/2015	1° MANTENIMIENTO	ISO 17025	LABORATORIO JUNIN
24/08/2015	VIGILANCIA	FSSC 22000	RALLADO/SAN LUIS
14/10/2015	VIGILANCIA	THE HALAL	LECHE EN POLVO
19/11/2015	VIGILANCIA	HACCP	PLANTA GRAL. RODRÍGUEZ
23/11/2015	VIGILANCIA	FSMA	DTO. ALBARIÑOS
25/11/2015	VIGILANCIA	FSMA	PLANTA GRAL. RODRÍGUEZ
30/11/2015	VIGILANCIA	FSMA	TRENQUE LAUQUEN
02/12/2015	VIGILANCIA	FSMA	LEUBUCO
02/12/2015	VIGILANCIA	HACCP	TRENQUE LAUQUEN
14/12/2015	2° MANTENIMIENTO	FSSC 22000	ARMONIA
17/12/2015	2° MANTENIMIENTO	FSSC 22000	LECHE ESTERIL

Además desde el sector se administran y gestionan una base de más de 5900 documentos.

Desarrollando mejoras en los Procesos: Se continuó fortaleciendo el compromiso del personal a través de la integración de los mismos a los grupos de mejora continua de nuestros procesos. Conformando los equipos interdisciplinarios que dan continuidad y valor agregado a la compañía.

Durante el periodo trabajaron un total de 24 equipos, con la participación de 1048 colaboradores donde cada uno pudo desarrollar, plantear e implementar soluciones a las situaciones problemáticas planteadas en los procesos.

Gestión de grupos Año 2015:

NOMBRE DEL GRUPO	SECTOR	METODOLOGÍA
BISIGNANO 9	DULCE DE LECHE	CAUSA-RAIZ
BISIGNANO 9	DULCE DE LECHE	OCR
BISIGNANO 9	DULCE DE LECHE	SEGURIDAD
BISIGNANO 9	MANTECA	OCR
BPM RECIBO	RECIBO DE LECHE	OTROS
C. SAKAZAKII	LECHE EN POLVO	OTROS
COMPACT FLEX - ESTÉRIL	LECHE ESTERIL	OCR
GOS LECHE ESTERIL	LECHE ESTERIL	OTROS
GOS LECHE ESTERIL	LECHE ESTERIL	SEGURIDAD
GOS MANTECA Y CREMA	MANTECA	OTROS
GOS MANTECA Y CREMA	MANTECA	SEGURIDAD
GRUPO DE TRABAJO UF	LECHE ULTRAP.	OTROS
INSTALACIONES FRIGORÍFICAS	SERVICIOS INDUSTRIALES	OTROS
INSTALACIONES FRIGORÍFICAS	SERVICIOS INDUSTRIALES	SEGURIDAD
LECHES ESPECIALES	LECHE ULTRAP.	MPL/MPNL
MANTECA Y CREMA	MANTECA	OCR
MID -TBA 8B	LECHE ESTERIL	OCR
MPNL- ULTRA	LECHE ULTRAP.	MPL/MPNL
OCR DEP. INTELIGENTE	DEPOSITO INTELIGENTE	OCR
OCR SPEED - MID	LECHE ESTERIL	OCR
RENDIMIENTO ENVASADORAS MYC	MANTECA	CAUSA-RAIZ
SEGURIDAD RECIBO	RECIBO DE LECHE	SEGURIDAD
SEGURIDAD T3	TALLER 3	SEGURIDAD
SERAC	LECHE ESTERIL	OCR

Nº Encuentros de los Equipos de Mejoras:

Año 2015	Horas / Hombre	Participantes	Encuentros
Enero	104	52	8
Febrero	65	35	6
Marzo	238,5	139	19
Abril	181	103	17
Mayo	176	110	17
Junio	209	137	21
Julio	142	108	18
Agosto	195,5	150	20
Septiembre	137	72	10
Octubre	88	62	9
Noviembre	101	61	9
Diciembre	38,5	24	5
TOTALES	1675,5	1053	159

Los resultados obtenidos fueron revisados por la Gerencia Industrial en el marco de las reuniones trimestrales que permiten el intercambio entre los sectores participantes para enriquecer, fortalecer y compartir las experiencias de cada uno de los participantes con

sus pares y superiores.

Trabajando junto a nuestros proveedores, clientes y otras partes interesadas, reforzamos nuestra comunicación, participando de algunas jornadas que se organizaron para proveedores, donde se compartieron los requisitos que a futuro se deberán cumplir para poder seguir elaborando productos a las principales cadenas y clientes.

En esta oportunidad y en concordancia al trabajo de sensibilización que se viene desarrollando durante estos últimos años respecto de la Inocuidad Alimentaria, trabajamos en la gestión de alérgenos con toda la cadena de valor, en el foro de Inocuidad alimentaria y del 1° Global Food Safety Initiative Day, en el 1er Congreso Nacional de Inocuidad Alimentaria y en la 1° Jornada internacional de alérgenos en alimentos.

Además comenzamos a participar en el grupo de trabajo y análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control e ISO 22000 organizado por el IRAM. Tarea que continuaremos durante el próximo periodo.

Gestión Externa. Resultados 2015:

**SIC.*

- ✓ Se mantuvo el horario extendido de lunes a lunes a los fines de optimizar la cantidad de llamadas atendidas.
- ✓ Aumentó en un 6,6% la cantidad de llamados recibidos con respecto al año 2014.
- ✓ Si bien aumentó levemente (9,7%) la cantidad de reclamos por productos debido al aumento de vías de ingreso, se optimizó el lapso de respuesta inmediata a los mismos en el SIC, aumentando un 500% la respuesta instantánea al momento del llamado.
- ✓ Se mantuvo constante el flujo de consultas efectuadas al SIC.
- ✓ Aumentaron los contactos por temas de Ventas en un 23%.

**DIES*

- ✓ La empresa recibió las consultas de 619 personas, entre alumnos y docentes en todo el país. De este modo, se realizaron 376 envíos de información; el 100% mediante e-mail.
- ✓ La mayor parte de las preguntas provienen del interior de la Pcia. de Buenos Aires, pero a su vez, recibimos una importante cantidad de consultas del interior del País. Las provincias más contactadas con el área fueron: Santa Fe, Córdoba y Mendoza.
- ✓ Cabe mencionar que, octubre representó el mes en donde se concentró el mayor caudal de consultas.
- ✓ Los temas más consultados fueron, en primer lugar sobre la empresa, los productos que elabora, la cadena productiva, y sobre la comercialización de los productos.
- ✓ La mayor cantidad de consultas fueron de alumnos universitarios, seguidos por secundarios y por último terciarios.
- ✓ Este año se donaron 11 libros de “El Mundo de la Leche” y 2 libros del “85° Aniversario de la Empresa”.
- ✓ Comparado con el 2014, hubo una menor cantidad de consultas ingresadas.

**DIN*

- ✓ En el sitio web de “Leche y Nutrición” se iniciaron 28.439 sesiones. A partir del mes de noviembre de 2015 hasta enero 2016 se abrieron 237 sesiones. Vale aclarar que en éste periodo se relanzó la web, con un nuevo diseño e información sobre los

	<p>beneficios de la leche en cada etapa de vida.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Asesoramiento a Profesionales de la Salud: se llegó a 19.993 contactos sobre un total estimado de 22.551 con una cartera de 8000 médicos. El 40% en el interior del país, el 27% en GBA y el 33% en capital. ✓ Actividades en las que participó el DIN: Con intenciones de concientizar a la comunidad sobre el autocuidado, la prevención de la salud y la importancia de adoptar condiciones de vida sana en la familia, el DIN, representando a la compañía lleva a cabo distintas actividades de promoción e información en actividades de Sociedades Médicas o de Nutricionistas: <ul style="list-style-type: none"> -XVI Jornadas Internacionales de Nutrición para actividad física y deporte, (Cardiofitness). -XXII Encuentro anual de nutricionistas y VI Jornadas de Nutrición de la Ciudad de Buenos Aires, (Asociación Arg. Dietistas y Nutricionistas Dietistas - AADYND). -Jornadas Argentinas de Nutrición, (Sociedad Argentina de Nutrición-SAN, CABA). -XXXIII Congreso Nacional de Cardiología, (Federación Argentina de Cardiología-FAC, Rosario). -XXII Congreso Argentino de Hipertensión, (Sociedad Argentina de Hipertensión Arterial-SAHA, CABA). Simposio: “Nutrientes cardioprotectores, dentro de un régimen adecuado en el tratamiento de la hipertensión arterial”. (Tucumán) -XV Congreso Argentino de Obesidad y Trastornos Alimentarios (Sociedad Argentina de Obesidad y Trastornos alimentarios-SAOTA, CABA). -IX Congreso Internacional de Cirugía Bariátrica y metabólica. (IFSO, Mendoza) -Jornada Internacional de Cardiología 2014, (Instituto Modelo Cardiovascular, Córdoba). -Congreso de pacientes en prevención Cardiovascular (Hospital Universitario Austral, Pilar). <p>Cabe destacar que este tipo de encuentros permitió al DIN alcanzar un mayor número de contactos. En 22 días de asistencia a los mismos, fueron entrevistados aproximadamente 20.000 profesionales, quienes degustaron y se informaron acerca de nuestros alimentos funcionales. Se reunieron profesionales de distintas zonas del País las cuales no son alcanzadas con la visita diaria de nuestras asesoras de nutrición.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Información Nutricional Interna y sus medios de Comunicación. -Mantenimiento y actualización constante del sitio de información (DIN SITE) a través del cual se informa a profesionales con bibliografía referida a nuestros productos. Es de uso interno de las Lic. en Nutrición del equipo para poder tener una plataforma que conecte al departamento. ✓ Atención de consultas de profesionales de la salud, estudiantes y consumidores. ✓ A través de correo electrónico o páginas Web se atendieron consultas derivadas por: Servicio de Información al Cliente, Aseguración de la Calidad, Departamento de Información a Estudiantes, Publicidad y Marketing, Comunicaciones, Área Comercial, Gacetillas y notas acerca de Nutrición para Medios, Órganos internos, Newsletter. ✓ Campaña La Serenísima va a la escuela: Colaboración en la confección, corrección y coordinación del material impreso utilizado en la acción. ✓ Confección del video para estudiantes con información nutricional. Conocimiento de las Guías Alimentarias para la Población Argentina- 2015. ✓ Soporte nutricional en las visitas a Escuelas en CABA, GBA, Santa Fe, Rosario. ✓ Sector Profesionales de la Salud del sitio institucional www.laserenisima.com.ar. ✓ Relanzamiento del Sitio web del DIN: www.lecheynutrición.com.ar. Dirigido a profesionales de la salud y a consumidores. Se renovó el contenido, secciones y se hizo una web con diseño.
--	---

**Programa de puertas abiertas*

Se alcanzó la concurrencia de 95.111 personas.

Como todos los años, las Instituciones Educativas representaron el grupo de interés de mayor asistencia, un 86,93% sobre el total. Éstas fueron seguidas por Instituciones No Educativas un 7,08%, luego por Particulares en un 5,79%, y por último visitas especiales que representan un 0,18% del total.

Cabe destacar que durante 2015 aumentó la cantidad de visitas de otras Instituciones No Educativas, tales como Asociaciones Civiles y ONGs, Comedores, Iglesias, Hogares, Clubs, entre otras. Pasando de 5.322 en 2014 a 6.734.

**Inversión Social*

Las instituciones beneficiadas fueron 215 entre públicas y privadas. Entre ellas figuran escuelas, hogares de niños y ancianos, parroquias, comedores, hospitales y fundaciones. La mayor cantidad de entidades beneficiadas se encuentran ubicadas en la provincia de Buenos Aires (101 instituciones), seguida por la Ciudad de General Rodríguez (51), y Capital Federal (16). Gracias a la colaboración prestada por el personal del interior del país y a envíos realizados desde el área, se llegó a 13 provincias. De esta manera, se entregaron 126.050 litros de leche, que equivaldrían a 635.435 vasos de leche.

Nuevamente, el producto más donado fue la Leche en Polvo. Se entregaron más de 5 toneladas y media del mismo. En segundo lugar, se donó Leche Larga Vida (más de 69.492 litros).

Para cumplir con las distintas necesidades de quienes solicitaron una ayuda de este tipo, la Compañía entregó Leches Especiales (más de 2.600 litros), Dulce de Leche (más de 1.800 kilos) y en menor medida, Manteca, Crema y Quesos.

Continuando con el compromiso de renovar y crear gabinetes informáticos en las escuelas e instituciones de General Rodríguez, se donaron 10 equipos informáticos de recupero, permitiendo que alumnos, docentes y otros beneficiarios de dicha localidad puedan acceder a nuevas herramientas que contribuyan a la mejora educativa y laboral.

Este año, además se entregaron 4 cisternas a los Bomberos Voluntarios de: Navarro, Garín, Francisco Madero e Intendente Alvear (La Pampa).

A su vez, se colaboró económicamente con Hospitales, para la compra de equipos y material hospitalario, entre otros.

**Mundialito de Fútbol La Serenísima. Resultados 2015*

- -Destinado a chicos menores a 12 años.
- -Cantidad de chicos que jugaron: 7.200
- -Participaron del evento más de 30.000 personas
- -Más de 36.500 kgs. de producto lácteo donado

**Campaña La Serenísima va a la escuela:*

- ✓ Escuelas visitadas: 85
- ✓ Alumnos capacitados: 33936
- ✓ Docentes capacitados: 1630
- ✓ Grados concurridos: 1° y 6°
- ✓ Charlas realizadas: 490

Con formato: Sin Resaltar

Con formato: Sin Resaltar

	<p><i>*Museo de los Niños-Abasto:</i> El Mundo de la Leche es uno de los exhibits más elegidos por los niños, adultos y maestros.</p> <p><i>*Concurso “Compartí tu desayuno saludable”:</i> Participaron 16 hijos de colaboradores de entre 6 y 13 años de edad. Todos ellos fueron premiados con juegos didácticos y con diversos productos de la Empresa. Además se les entregó un diploma en agradecimiento por haber participado del concurso.</p> <p><i>*Sitios Web y Redes Sociales:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Este año se enviaron 13 Newsletter a los consumidores, por lo que se realizaron 458.809 envíos. Actualmente, la base de datos de La Serenísima asciende a las 35.293 personas. ✓ A través de Facebook se alcanzaron 173.151 fans. Este año logramos 44.726 fans nuevos. No obstante, las publicaciones alcanzaron a 9.214.486 personas. ✓ El Canal YouTube obtuvo 3.624.115 visualizaciones; el 99% fueron de Argentina. ✓ El sitio institucional recibió 470.391 visitas. Del total, el 95.19% pertenece a sesiones de argentina. La duración media de la visita fue de 00:02:33. <p>Mastellone Hnos. difunde su accionar y desempeño en materia de sustentabilidad a sus grupos de interés, por medio de su página web: www.laserenisima.com.ar. Dichas actividades también se comunican internamente. Las inquietudes y dudas de los consumidores respecto de la calidad, atributos, aspectos nutricionales de los productos, se canalizan por diversos canales de diálogo, tales como: de Redes Sociales (Facebook y YouTube) Servicio de Información al Consumidor, el Departamento Técnico, el Departamento de Información Nutricional, el Departamento de Visitas, el Servicio de Atención al Productor y el Departamento de Información Estudiantil de la Compañía, entre otros mecanismos de diálogo. Finalmente, cabe mencionar que cada logro vinculado con la calidad se complementa con los medios de comunicación masivos (televisión, gráficas y radio).</p>
--	--

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

En la web institucional www.laserenisima.com.ar

PRINCIPIO	<i>Principio 3: Apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación laboral.</i>
Acciones	Nuestro Compromiso o Política
	El principio N°3 se materializa en una conducta concreta: “la libre actividad de la representación gremial de base (delegados de sección y comisión interna) mediante el respeto de los derechos de los trabajadores y una política de beneficios que es superadora a los requerimientos legales establecidos”.
	Para Mastellone Hnos. el factor humano es uno de los pilares fundamentales de la Compañía, es por eso que resguarda y garantiza el cumplimiento de las normas nacionales y del derecho internacional que protegen a los trabajadores
	Una descripción breve de nuestros Procesos o Sistemas
	<p>En Mastellone Hnos., los delegados gremiales -estrictamente proporcionales en número tal lo dispuesto por la ley vigente- desarrollan su actividad en forma retribuida y durante el horario laboral. La comisión interna tiene acceso directo y constante a los jefes de plantas o sectores, al departamento de Relaciones Laborales y a la Gerencia y Dirección de Recursos Humanos.</p> <p>La empresa integra la Cámara del Centro de la Industria Lechera (CIL), que nuclea a las empresas lácteas teniendo una participación activa con las mismas. A la vez, este Centro es signatario del Convenio Colectivo de Trabajo 2/88 entre otras comisiones-, tiene formada la comisión laboral, la cual interactúa con el sindicato en temas de regulación de la actividad, negociación salarial y comisión de interpretación.</p> <p>Por otro lado, vinculado con la gestión en cuestiones que hacen a la seguridad de sus empleados, Mastellone Hnos. implementa un sistema de gestión para que todas sus operaciones se realicen respetando las normas de seguridad, con personal capacitado y equipos e instalaciones en condiciones seguras de trabajo, con el objetivo de preservar la salud y mantener el más alto grado de bienestar y confort de los trabajadores.</p> <p>Desde el departamento de Higiene y Seguridad se trabaja con procedimientos para la identificación permanente de peligros en los puestos y sectores de trabajo. Dependiendo de la criticidad evaluada de los riesgos, surgen planes de acción para tomar medidas preventivas.</p> <p>Con frecuencias pautadas, responsables y operarios de las áreas de Producción y Mantenimiento de las distintas plantas se reúnen con el personal de Higiene y Seguridad y de otras áreas de Recursos Humanos para tratar temas vinculados a la prevención de accidentes y mejora de las condiciones de trabajo.</p> <p>Por lo expuesto, Mastellone Hnos. trabaja en pos de fortalecer su compromiso con los derechos laborales a través de sus propios principios y valores, que se reflejan en el quehacer diario de todos los que trabajan en la Compañía.</p>
	Actividades emprendidas en el último año / planificadas para el próximo año
	<p>De acuerdo a los compromisos enunciados llevaron a cabo las siguientes acciones durante el año 2015:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Relaciones Gremiales:</i> Mastellone Hnos. continuó focalizando la gestión de Recursos Humanos en el diálogo de manera permanente con el objetivo de facilitar el acercamiento de la Organización Sindical y la Empresa, promoviendo las relaciones cordiales entre ambas partes, la libertad de asociación y de

cooperación continua y apoyo mutuo.

- *Promoción de actividades de esparcimiento:*
+En concordancia con las acciones desarrolladas, respecto a beneficios al personal y la realización de actividades en conjunto con el gremio, se continuó con el convenio existente con el Porteño Atlético Club. El objetivo es brindar un espacio de esparcimiento para la familia y la recreación de actividades deportivas.
+ Durante este año también se gestión la invitación de colaboradores a distintas carreras de calle (running) con fines solidarios
- *Actualización Salarial:* Durante las paritarias del año 2015, se llegó al acuerdo de aplicar un incremento en los sueldos que alcanzó el 31% representando, como los años anteriores, un aumento que se ubica entre los mejores del mercado laboral argentino.
- *Gestión de situaciones de Riesgo para la salud de las personas:*
Con el objetivo de mantener las normas de seguridad vigentes y que todos los trabajos se ejecuten con el menor grado de riesgo posible hacia la salud de los trabajadores:
 - Las distintas áreas de la compañía estuvieron constantemente redactando, revisando y actualizando los procedimientos de trabajo detallando cómo deben realizarse las operatorias e incluyendo todos los recaudos que debe tener en cuenta el personal.
 - Asimismo, el depto. de Higiene y Seguridad redactó y revisó periódicamente los Procedimientos de Trabajo Seguro, los Relevamientos de Riesgos de Accidentes y Enfermedades Laborales y los Procedimientos de Emergencia de todos sus establecimientos.

Se continuó trabajando con la modalidad de los Comités o Grupos Operativos de Seguridad, conformados por trabajadores desde la Jefatura hasta operarios de línea y mecánicos, con participación de Higiene y Seguridad y Coordinación de Sistemas de Gestión. En el marco de dichos grupos de trabajo se repasaron las medidas preventivas establecidas en los procedimientos documentados, se relevan nuevos riesgos que puedan surgir debido a modificaciones en las instalaciones o procesos, acordando su medida preventiva, los accidentes ocurridos y su acción correctiva, así como también se coordinaron actividades de capacitación y concientización con el personal, al mismo tiempo que se los incentivó a que lleven a las reuniones oportunidades de mejora en cuanto a medidas estructurales o de procedimientos.

Con el fin de llevar un seguimiento de la eficacia del trabajo realizado, cada grupo de trabajo fijó objetivos cuantificables, basándose en los mismos indicadores que se llevan a nivel general para la Compañía. Las tareas que surgieron, se volcaron al Plan de Acción de Seguridad para darle seguimiento.

Se capacitó periódicamente al personal en materia de Prevención de Accidentes y Enfermedades Laborales y procedimientos de Emergencia. Se utilizaron distintas herramientas y enfoques dependiendo el área con la que se esté trabajando, su siniestralidad y el tipo de tareas que se realizan. En los últimos años se comenzó a recurrir a actividades que promueven la reflexión y toma de conciencia, referidos a los comportamientos y actitudes del personal frente al trabajo y a la vida cotidiana, reforzando el concepto de la Seguridad como un valor.

Adicionalmente, todo el personal que cumple roles de intervención ante contingencias que puedan afectar al medio ambiente o la salud de las personas, es capacitado y entrenado siguiendo el correspondiente Plan de Entrenamiento.

- *Capacitación de Personal*
Entendiendo las actividades de Capacitación como un pilar fundamental para el desarrollo de toda organización, Mastellone Hnos. continuó con su compromiso de brindar a sus colaboradores un amplio abanico de cursos de formación y entrenamiento, en temáticas aplicables a cada puesto de trabajo. Para llevarlo a cabo, se realizaron detecciones de necesidades de capacitación, específicas para cada

puesto y en base a las mismas se confeccionaron los planes de formación respectivos. Dichos planes son revisados anualmente, en conjunto con los responsables de los sectores.

De esta forma se mantuvieron actualizados los conocimientos, frente a cambios tecnológicos, de gestión y estratégicos. Permitiendo no sólo la vigencia de las capacidades, sino también una mejora continua en el desarrollo laboral y personal.

Las áreas temáticas abarcadas por los distintos cursos son Administración, Ambiente, Calidad e Inocuidad Alimentaria, Comercial, Mantenimiento, Producción, RRHH, Seguridad y Sistemas.

- *Programa de Pasantías*

En el marco de la Ley Nro. 26427 del Sistema de Pasantías Educativas, se continuó con el programa destinado a jóvenes estudiantes que se encuentran avanzados en sus carreras de grado. El objetivo es brindarles a los futuros profesionales la posibilidad que realicen prácticas complementarias a su formación académica incorporando saberes, habilidades y actitudes vinculados a situaciones reales del mundo laboral

- *Prácticas Profesionalizantes:*

Durante el año Mastellone Hnos. S.A. junto con la Escuela de Educación Técnica Javier Tapié, el Colegio San Carlos Borromeo de General Rodríguez y la Escuela de Educación Técnica N° 1 Fray Luis Beltrán de Salliquello, dió continuidad al programa de Prácticas Profesionalizantes del año 2014. El objetivo de las mismas es, por un lado, ofrecerles a los alumnos la posibilidad de realizar su primer contacto con el mundo laboral y por otro, disminuir la brecha existente entre la realidad educativa y la realidad industrial. Generando mayor empleabilidad para los jóvenes de la comunidad, una mejor preparación para aquellos que aspiren alcanzar estudios universitarios y por consiguiente un enriquecimiento del mercado laboral. El programa se implementó con la participación de tutores por ambas partes y la función de ellos es velar por el desarrollo de las prácticas, implicando esto, reuniones periódicas para efectuar un seguimiento focalizado en cada uno de los alumnos, para detectar problemáticas frecuentes, nivel de los alumnos, tareas que realizan, conocimientos académicos vs. necesidades reales.

- *Beneficios para el personal*

En el año, la política de beneficios de Mastellone Hnos. se caracterizó por el incremento de la cantidad de colaboradores alcanzados y por la incorporación de otros nuevos. Entre alguno de ellos, cabe mencionar los siguientes:

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

*Otorgamientos de préstamos personales con tasas preferenciales en comparación con las entidades del mercado financiero nacional. Se incrementó el monto del presupuesto con la intención de hacer frente a las distintas necesidades de los empleados.

*Entrega de una canasta con productos navideños, compuesta de alimentos y bebidas, para festejar las fiestas. Las canastas contemplan productos aptos para celíacos.

*En el día del aniversario de nacimiento de cada empleado se le hizo entrega de un obsequio de cumpleaños. Los mismos varían año a año, son personalizados, en ellos lucen impresos el nombre del empleado y el logo de la empresa.

*Opción de contar con cobertura médica a través de una reconocida empresa de medicina prepaga.

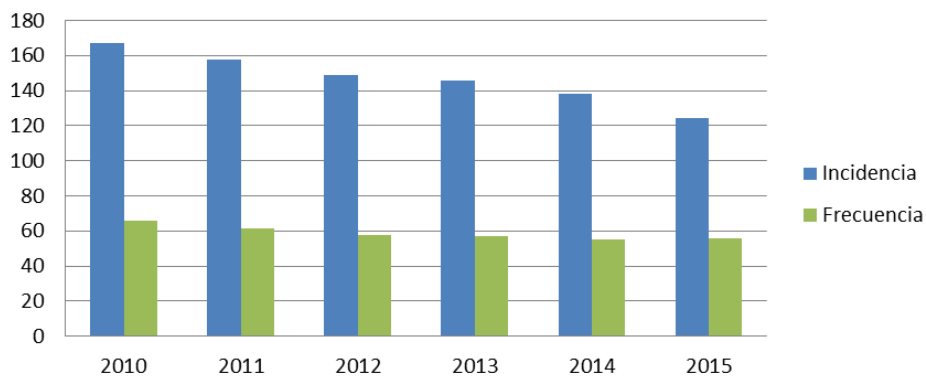
*Refrigerio diario sin cargo para el personal que incluye variedades para los celíacos. Mastellone Hnos. le brinda a su personal opciones varias de forma gratuita que renueva permanentemente. En el transcurso del año, se extendió el beneficio del refrigerio en las plantas de Rufino y Canals, cubriendo con este beneficio casi la totalidad de plantas clasificadoras y elaboradoras.

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

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

	<p>*Máquinas de café y Snacks en todos los sectores para el consumo de los empleados. Las mismas poseen opciones de productos light identificados en pos de promover una alimentación saludable.</p> <p>*Heladeras con productos de elaboración propia para consumo interno. Se puede acceder a los mismos en cualquier planta o depósito sin costo ni límite alguno.</p> <p>*Compra de Repuestos y contratación de seguro preferenciales para el automóvil a través de Con-Ser S.A. y Marca 5 S.A., promotor de seguros, que a su vez ofrece seguros de vida.</p> <p>*Adquisición de productos elaborados por la Compañía a precio preferencial.</p> <p>*Campaña de Vacunación Antigripal. Acceso a vacuna antigripal trivalente sin costo para los empleados.</p>
Resultados	<p>Medición de resultados (esperados) y valor agregado a nuestra compañía</p>
	<ul style="list-style-type: none">• <i>Relaciones Gremiales:</i> La Compañía, como lo ha hecho históricamente, mantiene su política de apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación laboral. Respeta la legislación nacional e internacional sobre la libertad de asociación y representación, como así también, se guía por las normas emitidas por la Organización Mundial del Trabajo. En el año 2015 el personal resguardado por el Convenio Colectivo de Trabajo 02/88 alcanzó 3280 empleados. Lo que significa 94% de la dotación total de la empresa. A su vez el 78.00% (2542) de los empleados dentro de convenio se encuentran afiliados al gremio.• <i>Promoción de actividades de esparcimiento:</i> Se alcanzó la totalidad de 222 socios titulares. Considerando los familiares y acompañantes de nuestros colaboradores, los beneficiarios llegan a las 635 personas. Durante este año de las carreras de calle (running) con fines solidario participaron 128 personas entre colaboradores y familiares.• <i>Actualización Salarial:</i> Mastellone Hnos. hizo extensivo las condiciones del acuerdo al personal fuera de convenio, evitando así, el solapamiento salarial.• <i>Gestión de situaciones de riesgo para la salud de las personas:</i> A los efectos de evaluar el desempeño en Seguridad de las operaciones en MHSA el personal de Higiene y Seguridad llevó un control mensual y anual de los indicadores de Siniestralidad, incluyendo dentro de los mismos todos los utilizados por los organismos de control y Aseguradoras de Riesgos del Trabajo. El Índice de Incidencia (cantidad de accidentes cada 1000 trabajadores expuestos) mantiene su perfil decreciente, quedando a cierre del año 2015 un 10% por debajo del valor del año anterior, mientras que el Índice de Frecuencia (cantidad de accidentes cada millón de horas hombre trabajadas) se mantiene estable con valores similares al de los últimos años. Cabe aclarar que la cantidad de accidentes se redujo, pero el índice no bajó en la misma proporción no porque se haya trabajado menos horas sino porque en el período 2015 se migró hacia un nuevo sistema para contabilizar las horas. Esto fue con el objetivo de unificar la metodología entre las distintas áreas de la organización que utilizan este dato para armar sus indicadores y los valores que se tomaron en 2015 fueron un 13% menor en promedio a los que se venían utilizando. La evolución de ambos indicadores se muestra en el gráfico debajo y cabe aclarar que se están computando todos los accidentes de trabajo ocurridos, con o sin baja laboral, incluyendo los casos leves de atención primaria en planta en los que el trabajador vuelve inmediatamente luego de su atención a su puesto de trabajo.

Evolución indicadores de Siniestralidad MHSA - Accidentes Totales



- *Capacitación de Personal:*

Durante el año se realizaron 697 cursos de capacitación con un total de 6718 participantes y 4012 Hs. de curso. Este detalle junto con el historial desde el año 2002 se detalla a continuación:

Año	CURSOS	ASISTENTES	HORAS CURSOS	HS / HOMBRES	DOTACION	PROMEDIO HS HOMBRE / DOTACION
2002	300	4099	2964	22240	2490	8,93
2003	382	5964	3380	29142	2427	12,01
2004	328	4030	3065	21815	2453	8,89
2005	399	4934	3490	33067	2590	12,77
2006	681	7205	4571	44141	2607	16,93
2007	705	7051	4412	38145	2721	14,02
2008	628	8734	5324	45624	2883	15,83
2009	690	6876	3440	32591	2996	10,88
2010	756	6094	5497	35570	3106	11,45
2011	1064	6955	5623	36883	3434	10,74
2012	804	6878	8657	54110	3609	14,99
2013	790	6413	8496	54991	4279	12,85
2014	642	5834	6402	43149	4394	9,82
2015	697	6718	4012	33221	4100	8,10

Las actividades más relevantes, contemplando las horas/hombre, son las siguientes:

CURSO	HS/HOMBRE
TECNICATURA SUPERIOR EN COMERCIALIZACION MINORISTA	10001
BUENAS PRACTICAS DE MANUFACTURA	2070
MANTENIMIENTO ENVASADORA A3 FLEX TPA	1440
LECHERIA BASICA	768
OPERACION ENVASADORA A3 FLEX TPA	612
EXCEL NIVEL II	585
MANTENIMIENTO EQUIPOS DE DISTRIBUCION A3 FLEX TPA	576
LECHERIA BASICA TRANSPORTISTAS	543
OPERACION EQUIPOS DE DISTRIBUCION A3 FLEX TPA	432
SOLDADURA BASICA	416

- *Programa de Pasantías:*
 - ✓ Se incorporaron 9 pasantes manteniendo así la cantidad de futuros profesionales que desarrollaron prácticas complementarias a su formación académica dentro de la Empresa.
 - ✓ Se firmaron acuerdos marco de pasantía con la Universidad Nacional de General Sarmiento y con la Universidad Nacional de Moreno a los efectos de ampliar los canales de búsqueda.
- *Programa de Prácticas Profesionalizantes:* Se trabajó en el Programa denominado Prácticas Profesionalizantes conjuntamente con 2 escuelas en la localidad de Gral. Rodríguez y 1 de la localidad de Salliqueló. Dicho programa se puso en funcionamiento en el segundo semestre del año, ingresando 20 alumnos de las especialidades, electrónica, electromecánica, industrias de procesos y naturales.
- *Beneficios para el personal de Mastellone Hnos. Resultados 2015:*

Detalle de Beneficios	2011	2012	2013	2014	2015
Préstamos Personales (1)	\$ 2.470.500	\$ 2.849.600	\$ 2.894.700	\$ 3.479.400	\$ 2,545,500
Computadoras (1)	45	49	50	50	*
Kit de Golosinas (1)	2891	3054	3143	3185	*
Kit Escolares (1)	1199	2325	1397	1427	1573
Cajas Navideñas (1)	3700	3757	3780	3667	3539
Revista Bimestral (2)	3289	3610	3622	3604	*
Obsequios de Cumpleaños(1)	3216	3610	3622	3599	*
Cobertura de Salud (5)	14704	15177	15286	15449	15234
Refrigerio Gral. Rodríguez(4)	1120	1226	1302	1318	1295
Refrigerio Dto. Albariño (3)	1074	1468	1399	1420	1468
Refrigerio Planta Junín (3)	676	833	712	645	656

Refrigerio Planta Mercedes (3)	484	499	571	586	496
Refrigerio Planta Trenque Lauquen (3)	5470	5590	5296	5175	5232
Refrigerio Planta Leubuco (3)	2710	2860	2453	2660	2534
Refrigerio Planta Las Varillas (3)	-	544	575	578	460
Refrigerio Planta Ranchos (7)	-	526	608	0	0
Refrigerio Planta Rufino (3)	-	-	581	555	594
Refrigerio Planta Canals (3)	-	-	2518	2521	2608
Ajuares de Nacimiento (1)	216	215	223	236	180
Obsequio de Casamiento (1)	\$ 48.876,00	\$ 89.290,80	\$ 106.046,60	\$ 88.516,20	\$ 145.471,45
Café & Snacks (1)	\$ 945.104,95	\$ 1.234.254,07	\$ 1.525.741,76	\$ 1.859.875,09	\$ 2.005.089,01
Productos Consumo Interno (1)	\$ 327.238,91	\$ 69.870,00	\$ 387.474,47	\$ 513.047,00	\$ 305.667,00
Sistema de Seguros Automotor (6)	448	667	700	765	620
Sistema de Seguros Vida (6)	-	-	1834	1783	1741

(1) Cantidades y montos anuales. /
(2) Cantidades bimestrales / (3) Cantidades mensuales / (4)

Cantidades diarias /

(5) Capitas total del sistema de salud/ (6) Cantidad de empleados cubiertos por el seguro/(7) La planta Ranchos no pertenece más a MHSA. Dichas acciones se comunican a través de las diversas herramientas de comunicación interna tales como: la revista interna "Entre Nosotros", el boletín informativo, folletos y las carteleras institucionales. Además se difunden a través de la de la página web: www.laserenisima.com.ar

Dichas acciones se comunican a través de las diversas herramientas de comunicación interna tales como: la revista interna "Entre Nosotros", el boletín informativo, folletos y las carteleras institucionales. Además se difunden a través de la página web: www.laserenisima.com.ar.

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

En la web institucional www.laserenisima.com.ar

--

<p>PRINCIPIOS</p>	<p><i>Principio 7: Aplicar enfoques orientados al desafío de la protección medioambiental.</i></p> <p><i>Principio 8: Fomentar una mayor responsabilidad medioambiental.</i></p> <p><i>Principio 9: Facilitar el desarrollo y la divulgación de tecnologías respetuosas con el medioambiente.</i></p>
	<p>Una descripción breve de nuestros Procesos o Sistemas</p> <hr/> <p>Nuestro Compromiso o Política</p> <p>Para Mastellone Hnos. un fuerte compromiso vinculado con la temática ambiental, lo constituye la concientización ambiental, no sólo de sus empleados, sino de la comunidad en general. Entendiendo que sólo a través del compromiso de todos, se puede lograr un desarrollo sustentable que permita a cada generación satisfacer sus necesidades, sin comprometer los recursos y posibilidades de otras generaciones. Para ello, funda alianza allí, donde considera que los esfuerzos se potencian, incrementando la posibilidad de alcanzar el objetivo buscado. Estos compromisos, sumados a la calidad de los productos que elabora y las actividades que desarrolla en beneficio de la comunidad, son los pilares que la enmarcan a través de los años como una empresa responsable socialmente.</p> <hr/> <p>Actividades emprendidas en el último año / planificadas para el próximo año</p> <p>Durante el año 2015 se continuaron y profundizaron las actividades vinculadas con “<i>aplicar enfoques orientados al desafío de la protección medioambiental</i>”:</p> <p>1) Manejo sustentable y reducción de residuos (Complejo Industrial Pascual Mastellone y plantas del interior): se implementaron medidas para la promoción del reciclado de los residuos. Otra medida en torno al tema se implementó en planta Gral. Rodríguez. La misma consistió en destinar residuos símil domiciliarios para combustible alternativo. Dicha metodología se basa en destinar aquellos residuos que tienen capacidad térmica para utilizarlos como combustible para los hornos. De esta manera, la alta temperatura del proceso, las condiciones químicas del mismo y el largo tiempo de retención de los gases en el horno, aseguran una completa destrucción de los compuestos orgánicos que se verifica asegurando una emisión menor a 100 ppm de CO. Beneficios de su implementación:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Reducción de residuos a disponerse en rellenos sanitarios, -Transformación de residuos en insumos para otros procesos industriales, -Reducción del uso de combustibles no renovables, -Menor generación de emisiones de GEI, pasivos ambientales y en consecuencia, de contaminación

2) Detección y toma de acción para la protección del recurso hídrico (*Complejo Industrial Pascual Mastellone*)

2.1 Consumo de agua: Bajo la consigna de “mejora continua” en el uso eficiente del agua, se han implementado diversas acciones. Las mismas, han devenido en una disminución en el consumo de agua de pozo y aumento en el uso de agua reciclada.

Estas acciones han ido acompañadas de boletines informativos que se enfocaron en generar conciencia sobre la protección y uso sustentable del recurso hídrico. Un ejemplo de esto es el boletín del “Día mundial del Agua” el 22 de marzo que hace hincapié en la protección de este recurso y su manejo sustentable.

Medidas implementadas para reducir los consumos de agua

- Reducción de los tiempos de enjuague en distintas instalaciones.
- Disminución del consumo de agua de refrigeración en algunos procesos.
- Regulación de caudales en procesos.
- Automatizaciones.
- Reutilización de agua.
- Recupero de agua.
- Modificación en la frecuencia de lavados.
- Modificaciones en equipos.

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

Medidas implementadas para reducir la Carga Orgánica

- Recupero de enjuagues, purgas y prelavados.
- Recolección de enjuagues.
- Evitar vuelcos inesperados al sistema de tratamiento

- Modificaciones de operaciones.
- Eliminación de purgas.

Medidas implementadas para reducir la Carga Química

- Disminución en el consumo de productos químicos.
- Reutilización de soluciones de limpieza.
- Utilización de agua ablandada.
- Modificación de frecuencia de lavado.
- Actualizaciones de CIP.
- Adición de instalaciones

3) Fomentar una mayor responsabilidad medioambiental.(Programas/acciones tendientes a fomentar una mayor responsabilidad ambiental)

Complejo Industrial Pascual Mastellone: En transcurso del año se dio continuidad a las campañas de fomento de responsabilidad y conciencia ambiental. Entre las más destacadas se mencionan el reciclado de envases post consumo y el acopio de aceite vegetal usado.

Plantas del Interior: Se dio continuidad a campañas iniciadas en el 2013 mostrando una mejora sustancial en los resultados.

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

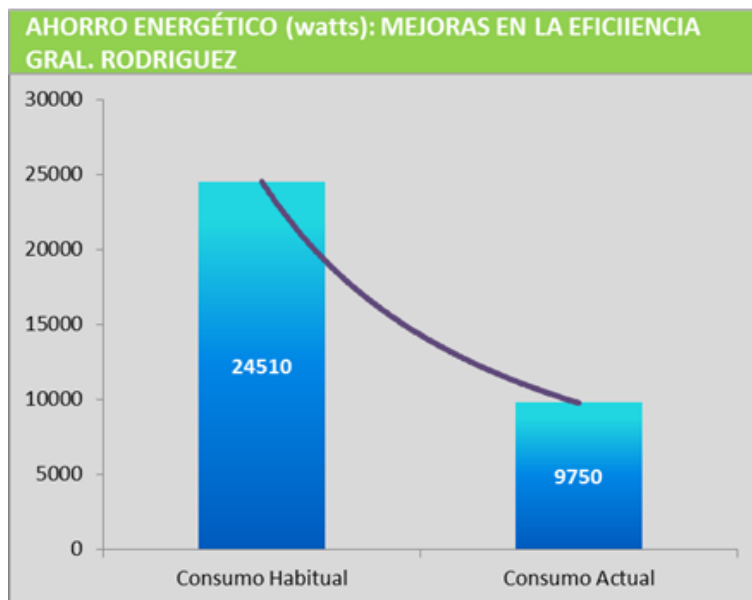
Desde el año 2011 Mastellone Hnos S.A trabaja en la “Campaña de Uso Eficiente de la Energía”. La cual se ha caracterizado principalmente por el cambio de lámparas, por otras de bajo consumo y LED, permitiendo así iluminar con la misma intensidad pero de manera más eficiente y con menor consumo energético.

Durante el año 2015, en Planta General Rodríguez y Plantas del Interior se continuó con el recambio de lámparas de vapor de mercurio o sodio, tubos fluorescentes y halógenas por otras de bajo consumo, tubos fluorescentes y LED.

Durante el 2016 se prevé continuar con reformas que incluyan este tipo de tecnología y se continuara trabajando con el grupo de mejoras energéticas.

Con el fin promover el consumo racional de la energía se acompañó a la Campaña de recambio con boletines informativos y carteleras vinculados con la divulgación del uso de tecnologías sustentables y generación de conciencia sobre la temática ambiental. Entre los destacados estuvieron: “Día del ahorro de energía”, “Día mundial por la reducción de las emisiones de CO2” y el boletín informativo del 14 de febrero, “Día de la energía”. Cuyo

	<p>objetivo fue concientizar acerca de la importancia de disminuir el uso de energías no renovables y promover el uso de fuentes alternativas.</p> <p>Por otro lado, continuamos con la campaña interna “Pequeñas acciones, grandes logros”, haciendo alusión a cortar el suministro energético al finalizar nuestra jornada laboral.</p> <p>Para finalizar, la compañía se adhirió nuevamente a la campaña mundial “La Hora del Planeta”, organizada el 28 de marzo en la argentina por la Fundación Vida Silvestre y a nivel mundial por WWF. El 28/3 se apagaron las luces de Planta GR, salvo aquellas que podían afectar la producción y seguridad del personal.</p>											
Resultados	<p>Medición de resultados (esperados) y valor agregado a nuestra compañía</p>											
	<p>Como resultado de las acciones implementadas:</p> <p>1) Manejo sustentable y reducción de residuos. (<i>Complejo Industrial Pascual Mastellone y Plantas del interior</i>): Durante 2015 se reciclaron 88% de los residuos enviando un 12% a disposición final en rellenos.</p> <p>En planta Gral. Rodríguez, en el primer semestre del 2015 se redujo el envío de residuos a relleno en un 31% debido a que se dispuso una porción para reutilizar en forma de combustible. Esta nueva acción genero así un ahorro en combustibles fósiles, menos emisiones de gases efecto invernadero y menor disposición de los residuos en un relleno sanitario, considerando la problemática de escasez de capacidad que hoy en día tiene este tipo de tratamiento.</p> <div><p>Evolución anual de disposición de residuos</p><table><thead><tr><th>Año</th><th>Reciclables (%)</th><th>A relleno sanitario (%)</th></tr></thead><tbody><tr><td>2.013</td><td>78%</td><td>22%</td></tr><tr><td>2.014</td><td>85%</td><td>15%</td></tr><tr><td>2.015</td><td>88%</td><td>12%</td></tr></tbody></table></div>	Año	Reciclables (%)	A relleno sanitario (%)	2.013	78%	22%	2.014	85%	15%	2.015	88%
Año	Reciclables (%)	A relleno sanitario (%)										
2.013	78%	22%										
2.014	85%	15%										
2.015	88%	12%										



2) **Detección y toma de acción para la protección del recurso hídrico** (*Complejo Industrial Pascual Mastellone*)

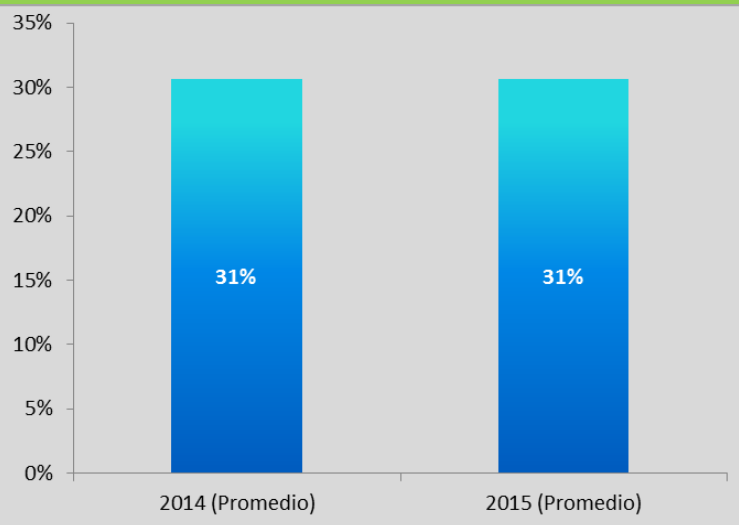
2.1 Consumo de agua: a continuación se detalla dicha evolución,

Consumo de Agua						
Porcentaje (%) de Reciclada	Promedio Año 2014		Promedio Año 2015		Diferencia (2015 -2014)	
	(m3/mes)	%	(m3/mes)	%	(m3/año)	%
Agua Consumida (Extracción de napa, agua reciclada (reutilizada / recuperada)	319.461	100%	312.530	100%	-6.931	2,2%
Agua Reciclada	98.936	31%	95.714	31%	-3.222	3,3%
Extracción de Agua	220.525	69%	216.815	69%	-3.709	1,7%

COMPOSICIÓN DEL AGUA CONSUMIDA (AÑO 2015)



AGUA RECICLADA DEL TOTAL CONSUMIDO



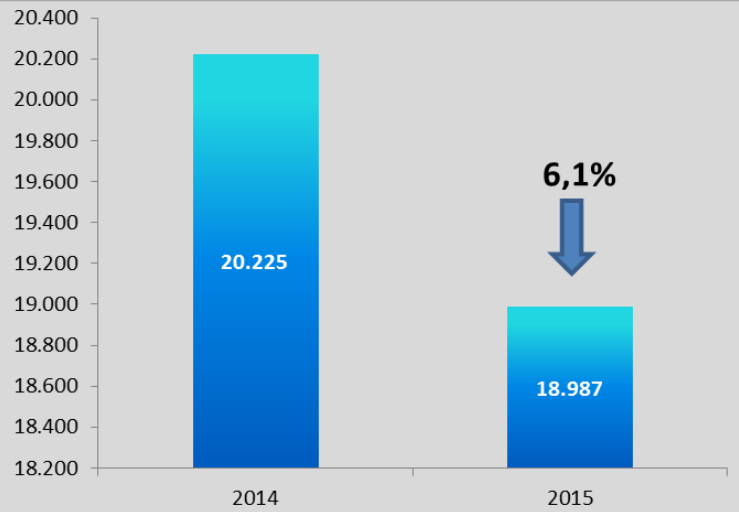
Del total de agua consumida en el año 2015 se recicla un 31%, igual que el año 2014.

2.2. Generación de efluente líquido: En el presente año se logró la disminución del aporte en la carga orgánica en el efluente líquido, sobre la cual se continuó trabajando con los grupos de mejora de cada uno de los sectores.

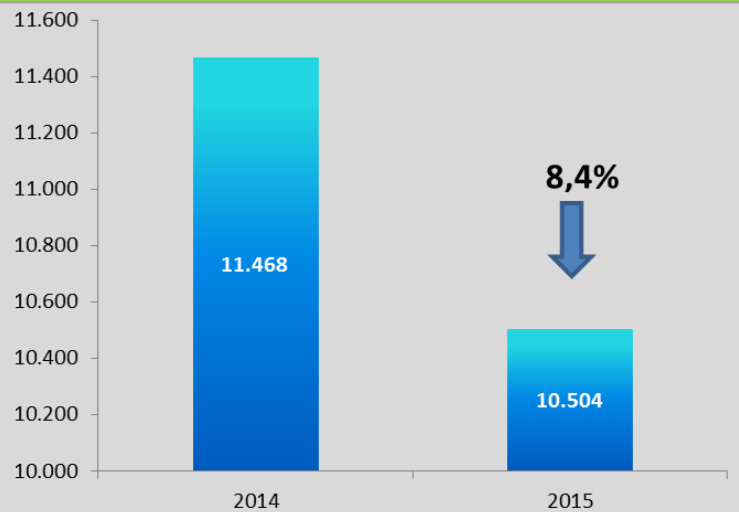
Se puede observar en el gráfico debajo, una disminución en la concentración de la DBO y la DQO del efluente que ingresó al sistema de tratamiento durante el año 2015.

Evolución del efluente que ingresa al sistema

EVOLUCIÓN CARGA DQO EN EFLUENTE LÍQUIDO (KG)



EVOLUCIÓN CARGA DBO EN EFLUENTE LÍQUIDO (KG)

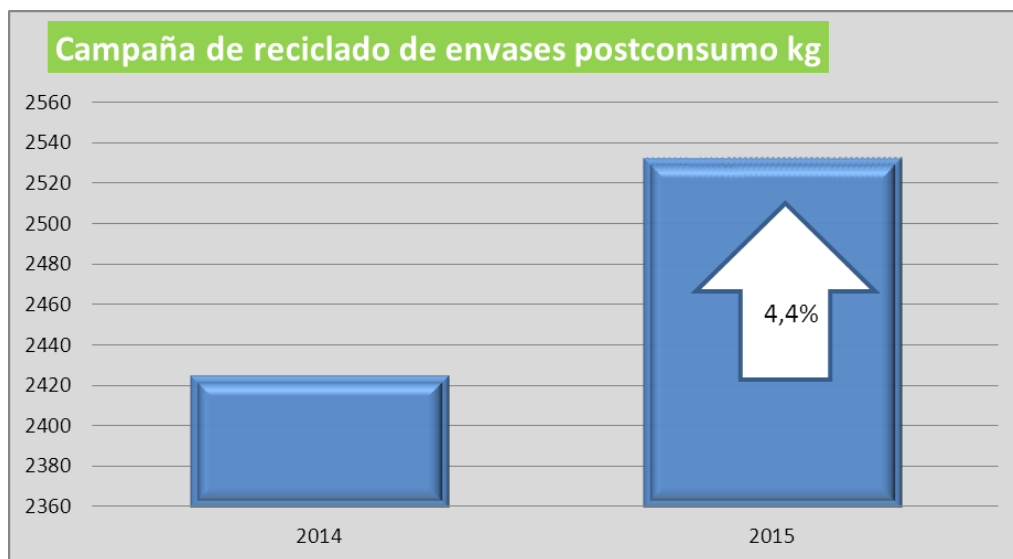


3) *Fomentar una mayor responsabilidad medioambiental*

Complejo Industrial Gral. Rodríguez:

Campaña de Reciclado de Envases post consumos(*): El acopio de este tipo de residuos se realizó en el Complejo Industrial de General Rodríguez en cestos identificados y destinados para tal fin. En el año 2015 se vio un incremento del 4.4 % de envases acopiados denotando más participación por parte de los empleados.

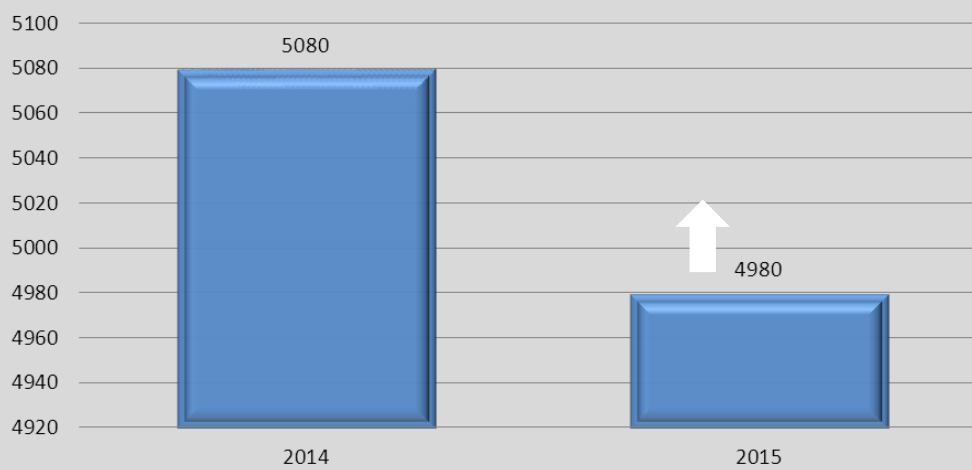
RECICLADO DE ENVASES POST CONSUMO (KG)		
2014	2015	VARIACION%
2426	2533	4.4%



(*) La Campaña se acompañó con la difusión de boletines informativos vinculados temas reciclado

Acopio y reciclado de aceite vegetal usado (AVU): El acopio del aceite y lecitina en desuso se realizó en el Complejo Industrial de General Rodríguez en tambores identificados y destinados exclusivamente para tal fin. La recuperación de este tipo de aceite por medio de un proveedor habilitado para tal fin sirve para generar Bioenergía de segunda generación. La cual es muy efectiva a la hora de reemplazar a los combustibles fósiles sin utilizar cultivos alimenticios, a la vez que ayuda a combatir el calentamiento global al presentar una elevada capacidad de reducción de emisiones de efecto invernadero y de ahorro energético.

Aceite Vegetal Usado (kg)



Plantas del Interior : En las plantas del interior también se dió continuidad a campañas comenzadas en el 2013 mostrando una mejora sustancial en los resultados. Puntualmente en la planta elaboradora Canals (Córdoba) se realizó la donación de papel y cartón al Municipio de Canals para recaudar fondos para la Biblioteca pública y el Museo. En el 2015 se donaron 700 kg a este fin.

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

A los efectos de fomentar la toma de conciencia del personal, se continuó trabajando en la promoción de un uso eficiente de la energía y nuevas tecnologías existentes en materia de iluminación. En este marco, se creó un grupo de trabajo en conjunto con otros sectores a fin de que se pueda reducir el mayor consumo energético.

Si bien en el transcurso del año 2015 no fue muy representativo el cambio de luminarias, en cuanto a cantidad, se denotó un porcentaje significativo del ahorro del consumo energético del 60 % en relación a las lámparas tradicionales.

Para finalizar, cabe mencionar que los resultados de la gestión ambiental de la empresa están disponibles en los Departamentos de Información Estudiantil (DIEs), Servicio de Información al Cliente/Consumidos (SIC) y sector de Visitas con intenciones de facilitarlos a los estudiantes y/o público en general que los consulte. Sumado a ello, en la página Web se incluye una reseña general de la gestión ambiental de la Compañía.

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

En la web institucional www.laserenisima.com.ar

PRINCIPIO	<p><i>Principio 10: Actuar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno.</i></p>
Acciones	<p>Nuestro Compromiso o Política</p>
	<p>Mastellone Hnos. considera a la transparencia, la ética, la tolerancia cero a la corrupción y el rechazo de sobornos como principios fundamentales para sus actuaciones cotidianas.</p> <p>Expresa su compromiso asumido de trabajar de acuerdo a los valores identificados y plasmados en su Código de Ética como los más importantes para compartir a lo largo de la vida laboral. Estos valores reflejan la necesidad de preservar los derechos fundamentales de las personas y sus principios rectores, establecidos como guía en todas las relaciones y actuaciones.</p>
	<p>Una descripción breve de nuestros Procesos o Sistemas</p>
	<p>La compañía entiende que el reflejo de ser una empresa socialmente responsable se manifiesta tanto en la calidad de los productos que elabora, así como en la ética de su accionar en todo su conjunto (para con sus: consumidores/clientes, empleados, proveedores, accionistas, etc.). Bajo esta premisa, no acepta ni solicita de persona o institución alguna, dinero, bienes, promesas, favores o ventajas de cualquier tipo, reforzando con ello su compromiso contra el soborno.</p> <p>Para Mastellone Hnos. la esencia de la Compañía es su gente, que trabaja compartiendo la filosofía, la responsabilidad en su accionar y los objetivos de calidad que impulsan el desarrollo de la empresa. Quienes además, anualmente participan de una evaluación de su desempeño, requisito esencial para la calidad y transparencia en el trabajo, para el desarrollo personal (fortalezas y debilidades) y para sustentar un sistema de remuneraciones equitativo. Entendiendo que una evaluación del desempeño justo, además de ser una necesidad para toda persona que trabaja como colaborador en una empresa, refleja un espacio de intercambio en pos de mejorar su vínculo con la compañía.</p> <p>Por lo expuesto, Mastellone Hnos. fortalece su compromiso de actuar en contra de la corrupción en todas sus formas, a través de sus propios principios y valores que se reflejan en el quehacer diario de todos los que hacen la Compañía.</p>

	<p>Actividades emprendidas en el último año / planificadas para el próximo año</p> <ul style="list-style-type: none"> <i>Difusión y fortalecimiento de los contenidos del Código de Ética</i> A lo largo del último año, se continuó trabajando en pos de fortalecer los principios y valores contenidos en el Código de Ética de la Empresa. Haciéndolos extensivo a todos los nuevos proveedores, se les envió una copia del mismo asegurando la recepción y conformidad al momento de iniciar la relación comercial. El Comité de Ética, en conjunto con la oficina de Recursos Humanos, trabajó activamente en la recepción de denuncias, fortaleciendo los valores y realizando cursos en las empresas del grupo. Durante el año 2015 se continuaron los Talleres de Reflexión y Participación, en los cuales se busca promover los valores de la empresa y mantenerlos vigentes. Los mismos se extendieron por las diferentes plantas sumando a colaboradores del área Industrial y Comercial. Implementándolos además en una nueva empresa adquirida por la Compañía. Finalmente, a fin de afianzar los valores y conductas delineadas en el Código de Ética, se continuó trabajando en conjunto con Recursos Humanos, incorporando un taller de valores al cual asisten empleados de la Compañía. <i>Taller “Trabajando con Valores”</i> Durante el año , se trabajó en Planta General Rodríguez, focalizando en el personal que ingresa a la Cía. y desarrollando una nueva actividad pensada para todas las personas que se encuentran trabajando. La experiencia fue de trabajo y reflexión personal, asumiendo compromisos individuales que invitan a mejorar comportamientos, relaciones interpersonales y comunicación. <i>Desempeño del Personal</i> Años tras año, la Compañía realiza a todo su personal una evaluación con el objeto de analizar el comportamiento ético de los colaboradores, el compromiso con el sector y la Empresa, examinar las fortalezas y debilidades con el fin de mejorar su desempeño y evaluar su relación con el resto de los colaboradores entre otros puntos a considerar. Dentro del proceso se fijan los objetivos del empleado para el nuevo período, además se provee de un espacio para que el colaborador pueda expresar sus inquietudes y de conformidad a la evaluación realizada por su superior. Es intención de la Empresa mejorar el rendimiento del personal, para lo cual se implementa el Sistema de Análisis del Desempeño. El mismo es un proceso que evalúa la actuación del empleado durante el año. Es el momento donde se conversa respecto a las acciones y objetivos a seguir y a mejorar. Se asume el compromiso por parte del evaluado y del evaluador, de alcanzarlos durante el próximo período. La misma finaliza con la firma por parte del evaluado dando conformidad a la evaluación

	realizada.															
Resultados	Medición de resultados (esperados) y valor agregado a nuestra compañía															
	<ul style="list-style-type: none">• <i>Difusión y fortalecimiento de los contenidos del Código de Ética</i> <p>+Regalos: haciendo referencia a la política de evitar recibir presentes y regalos, para las fiestas se recordó a todo el personal el texto de la norma que regula la recepción de regalos. En el último año, se recibieron un 11.5% menos de presentes que en el año 2014(Total: 340 presentes). Los cuales fueron entregados a sus respectivos destinatarios con el formulario de declaración correspondiente firmado.</p> <p>+Proveedores: Como se mencionó anteriormente, en el transcurso del 2015 se hizo extensivo el Código de Ética a todos los nuevos proveedores, incorporando conformidad de 66 nuevas empresas.</p> <p>+Denuncia realizadas por los colaboradores: Durante el año 2015, no se recepcionaron en el comité denuncias vinculadas con la vulneración de alguno de los articulados que conforman el Código de Ética.</p>															
	<ul style="list-style-type: none">• <i>Taller de Valores</i> <p>A continuación se informan las cifras vinculadas con los resultados de los Talleres efectuados durante el año 2015:</p> <table><tr><th>ACTIVIDAD</th><th>TALLER TRABAJANDO CON VALORES I</th><th>TALLER TRABAJANDO CON VALORES II</th></tr><tr><td>Cantidad de Cursos:</td><td>2</td><td>19</td></tr><tr><td>Horas de Curso:</td><td>6</td><td>38</td></tr><tr><td>Cantidad de Participantes:</td><td>18</td><td>131</td></tr><tr><td>Horas Hombre:</td><td>54</td><td>262</td></tr></table>	ACTIVIDAD	TALLER TRABAJANDO CON VALORES I	TALLER TRABAJANDO CON VALORES II	Cantidad de Cursos:	2	19	Horas de Curso:	6	38	Cantidad de Participantes:	18	131	Horas Hombre:	54	262
	ACTIVIDAD	TALLER TRABAJANDO CON VALORES I	TALLER TRABAJANDO CON VALORES II													
	Cantidad de Cursos:	2	19													
Horas de Curso:	6	38														
Cantidad de Participantes:	18	131														
Horas Hombre:	54	262														
<ul style="list-style-type: none">• <i>Desempeño del Personal</i> <p>Se estima que al finalizar la carga de las evaluaciones del año 2015 mantendremos el valor alcanzado en el 2014 de 3565 evaluaciones.</p>																
¿Dónde pueden sus stakeholders encontrar la CoP -además de en el sitio web del Pacto Global de Naciones Unidas-?																
En la web institucional www.laserenisima.com.ar																