El Mundo Nestlé

Nestlé

Good Food, Good Life

Vittel

Índice

Nutrición, salud y bienestar
16 Nestlé. Good Food, Good Life
16 Investigación y desarrollo
18 Nutrición: el núcleo del negócio Nestlé
18 Nuestras prioridades: nutrición, salud y bienestar
20 Nestlé Nutrition: especialista en el sector de la nutrición
21 El Consejo de Nutrición de Nestlé y el Instituto de Nutrición de Nestlé
21 Mirando al futuro
22 Nestlé: 140 años a la vanguardia de la nutrición y la salud

Personas, productos, marcas
26 Poniendo al consumidor primero
27 El alimento es local
28 Nestlé: una empresa basada en las marcas
30 Contribuir a la nutrición, la salud y el bienestar del consumidor
32 Garantizar la calidad y la seguridad de los alimentos
32 En cualquier lugar, en cualquier momento, de cualquier manera
33 El consumidor cambiante

Cómo gestiona Nestlé su empresa
36 Principios, no reglas
37 Una empresa multicultural
38 Proteger el medio ambiente
40 Abastecimiento de materias primas
41 Una red de compañías locales
42 Beneficios para las economías locales
43 Nestlé en la comunidad: vamos más allá de nuestra empresa
45 Crecimiento constante y sostenible
46 La gente es el recurso más importante de Nestlé
47 Amplia variedad de oportunidades profesionales
48 Cómo está organizada nuestra empresa
48 Otras empresas del Grupo Nestlé
50 El mundo Nestlé

Sitio web y publicaciones de Nestlé
52 Sitio web y publicaciones

Bienvenido a Nestlé

Con este folleto queremos presentarnos y compartir con usted información especial sobre las múltiples facetas de nuestra Empresa.

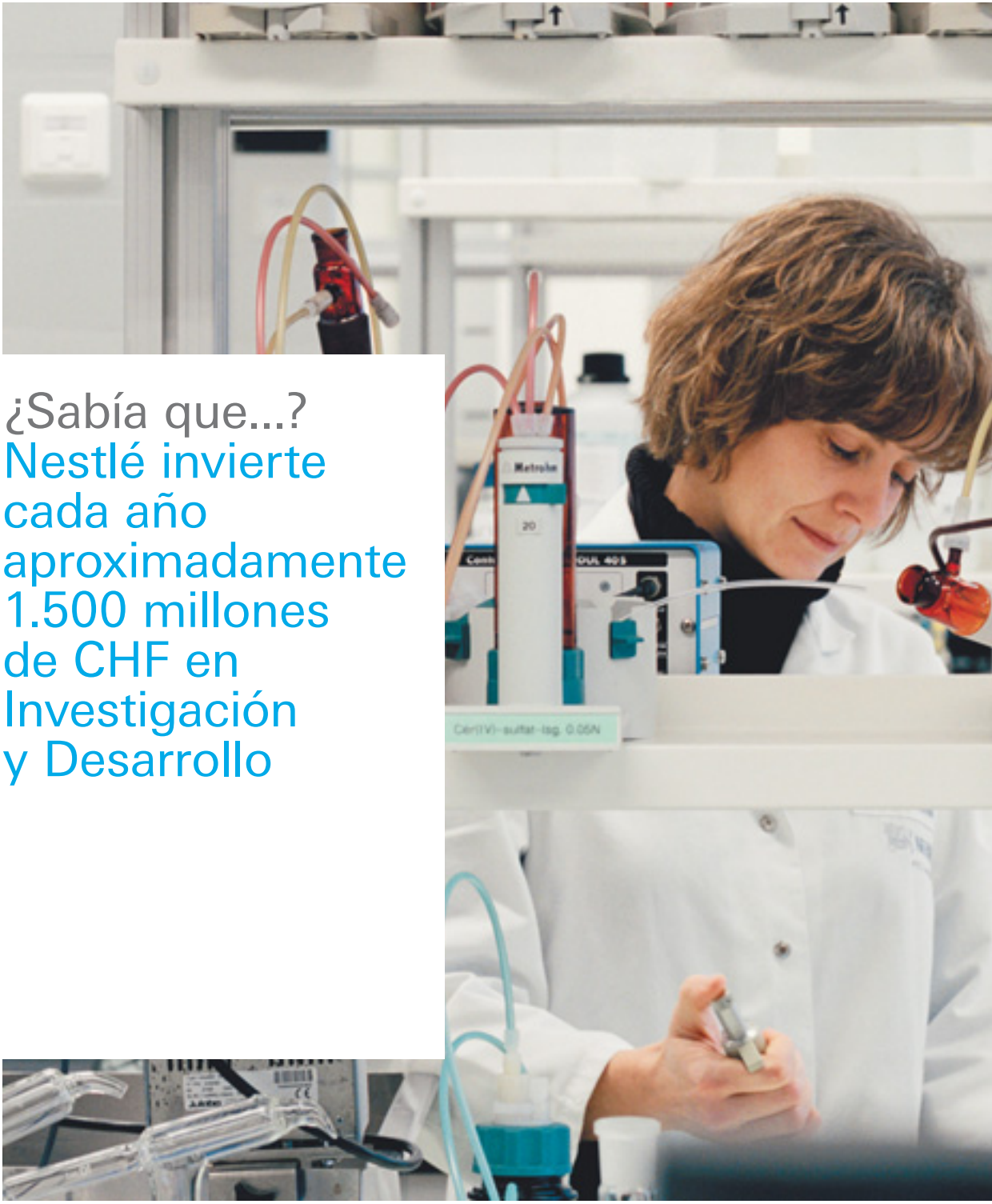
Nestlé es la empresa de alimentación y bebidas más grande del mundo y está en camino de convertirse en líder mundial en nutrición, salud y bienestar.

En la primera parte de este folleto destacamos cómo Nestlé ofrece más productos nutritivos a más consumidores de todo el mundo. En la segunda parte, nos concentramos en nuestras marcas y productos, y en la tercera, tratamos el funcionamiento de nuestra empresa.

Esperamos que le agrade saber más sobre nosotros.

¿Sabía que...?

Nestlé es una empresa suiza fundada en 1866 por Henri Nestlé



¿Sabía que...?

Nestlé invierte cada año aproximadamente 1.500 millones de CHF en Investigación y Desarrollo

¿Sabía que...?

Nestlé comercializa sus productos en 130 países de todo el mundo

¿Sabía que...?

Nestlé fabrica alrededor de 10.000 productos distintos y emplea aproximadamente 250.000 personas

¿Sabía que...?

Nestlé vende más de 1.000 millones de productos al día

Clun Clun
Clun Clun

Nutrición, salud y bienestar

Nestlé es algo más que la compañía de alimentación y bebidas más grande del mundo. Cada día está más cerca de convertirse en el líder mundial en nutrición, salud y bienestar.

Desde el principio, la nutrición ha constituido el núcleo de nuestra empresa. Sin embargo hoy día le damos mayor importancia, al igual que a la salud y al bienestar. Nuestra «Corporate Wellness Unit» y cada una de nuestras unidades de negocio son la fuerza motríz que lleva «Good Food, Good Life» a todos nuestros consumidores.

Nestlé. Good Food, Good Life

Usamos cuatro palabras sencillas para describir en qué creemos y qué ofrecemos a los consumidores de todo el mundo: «Good Food, Good Life» («Buena alimentación, buena vida»).

La alimentación y las bebidas desempeñan un papel cada vez más importante en la vida de las personas, no sólo por el disfrute y el placer social que supone comer en compañía, sino cada vez más en términos de salud y nutrición personales.

La nutrición, pese a su importancia, es solamente uno de los aspectos de «Good Food, Good Life». La calidad y la seguridad constantes, además de la relación calidadprecio y la comodidad, son factores que no pueden faltar. Por encima de todo, el gran sabor es el ingrediente fundamental de nuestros productos, necesario para que nuestros consumidores puedan apreciar los buenos alimentos.

Investigación y desarrollo

La tarea de nuestro departamento de Investigación y Desarrollo (I&D) consiste en aplicar los conocimientos científicos y la experiencia nutricional para elaborar productos que combinen un gran sabor con beneficios nutricionales. Creemos firmemente que nuestra investigación puede producir mejores alimentos para que cada vez más personas lleven una vida mejor.

Mediante la innovación continua con nuevos productos y la renovación de los ya existentes Nestlé crea y mejora cientos de productos, especialmente sus beneficios nutricionales.

El Grupo Nestlé invierte al año aproximadamente 1.500 millones de CHF* en I&D, más que ninguna otra compañía, tanto en porcentaje de ventas como en términos absolutos.

Nestlé Nido con *Prebio*[1] ayuda a mantener un sistema digestivo sano.

* Equivalente a más de 1.200 millones de dólares. USD ~ CHF 1.25

Unas 3.500 personas de más de 50 países trabajan en los 17 centros de investigación, desarrollo y pruebas de productos repartidos por todo el planeta. El Centro de Investigación Nestlé en Suiza es nuestro mayor laboratorio de ideas. Es una fuente constante de ideas nuevas y conocimientos científicos que se aplicarán a todos los productos Nestlé. Abarca más de 100 áreas profesionales distintas, como por ejemplo ciencia nutricional, ciencias biológicas, materias primas, ingredientes y procesos de producción.

Nutrición: el núcleo del negócio Nestlé

La nutrición siempre ha sido el núcleo de nuestro negocio. De hecho, la Compañía fue fundada en 1866 con el lanzamiento de un alimento infantil innovador y nutritivo.

Ahora, casi 150 años después, vivimos en un mundo muy distinto. La población mundial ha crecido por encima de los seis mil millones de personas. Cada vez vivimos más tiempo. El nivel de vida ha mejorado. Los estilos de vida han cambiado.

Estos y otros factores demográficos han tenido una influencia considerable sobre Nestlé, tanto en los productos que creamos como en la forma de gestionar nuestra empresa. En la actualidad, Nestlé es una empresa pionera a la hora de ofrecer a los consumidores alimentos y bebidas que proporcionan una vida larga y saludable.

Nuestras prioridades: nutrición, salud y bienestar

Ahora más que nunca, nuestra prioridad es elaborar alimentos y bebidas que contribuyan a la nutrición, la salud y el bienestar para todos, desde los bebés y los niños en crecimiento, hasta las personas mayores y aquellos con necesidades dietéticas especiales.

La «Corporate Wellness Unit» se encarga de promover la importancia de la nutrición, la salud y el bienestar en toda la estructura de Nestlé, de forma que esta idea fundamental alcance a la gama completa de nuestros productos en todo el mundo. La estrategia «Wellness in Action» aspira a ofrecer productos y soluciones nutricionales con mejor sabor y más saludables.

Hemos establecido una red global de «Wellness Champions» en todas nuestras unidades de negocio en todos los países. Su trabajo consiste en facilitar, inspirar, motivar e impulsar iniciativas sobre el bienestar.

Nuestra investigación y experiencia científica en el tema de la nutrición son la base de nuestras innovaciones nutricionales. Un ejemplo de ellas son nuestros «Branded Active Benefits» (BAB). El objeto de un BAB es añadir un beneficio de salud específico a un producto ya existente de modo que tenga sentido y sea pertinente para el consumidor. De esta forma, se optimiza el contenido nutricional del producto y el consumidor puede disfrutar incluso de mayores beneficios para su salud: por ejemplo, una mejora de su salud digestiva y un aporte al crecimiento físico sano.

La I&D también desempeña un papel fundamental para crear productos que tengan una ventaja demostrada sobre los productos de nuestros competidores en cuanto al sabor, además de alguna ventaja nutricional específica. El sistema global de pruebas rigurosas de productos incluye un análisis científico nutricional. Cada producto tiene un valor nutricional cuantificable que demuestra su superioridad a la hora de ofrecer beneficios nutricionales.

Nuestros envases son un medio de comunicación de gran eficacia para proporcionar a nuestros consumidores con información nutricional. El envase está en las manos del consumidor precisamente en el momento adecuado: justo cuando éste está a punto de comprar, preparar o consumir el producto. Pero limitarse a ofrecer a los consumidores información nutricional no es una gran ayuda. Nosotros vamos más allá.

La «Nestlé Nutritional Compass», que se incluye en todos nuestros envases, es fácil de entender y de usar, y sitúa la nutrición en un contexto más amplio. Comprende tres elementos:
Es bueno saber, que ofrece datos sobre el contenido nutricional.
Es bueno recordar, que ofrece consejos sobre cómo cocinar y llevar una dieta y un estilo de vida saludables.
Es bueno informarse, que invita al consumidor a llamar a nuestros equipos de Servicios al Consumidor o conectarse a nuestros sitios web.

La «Nestlé Nutritional Compass» fue lanzada en 2005 como parte del envase de nuestros productos y fue la primera iniciativa mundial de etiquetado con información nutricional entre todas las compañías de alimentación.

Nestlé Nutrition: especialista en el sector de la nutrición

Nestlé es famosa por su amplia gama de marcas cotidianas como *Nescafé* y *Maggi* y por sus marcas de confitería, helados y agua embotellada. Pero hay otra cara de Nestlé menos conocida. Se trata de su trabajo con la comunidad médica y la serie de productos de uso especializado comercializados por Nestlé Nutrition, una organización autónoma dentro del Grupo Nestlé.

Nestlé Nutrition desarrolla productos y servicios de nutrición basados en investigaciones científicas que mejoran la calidad de vida de las personas con necesidades nutricionales específicas. Al concentrarse en la nutrición pura, se encuentra más cerca de los medicamentos que de los productos generales de alimentación y bebidas de Nestlé. Pese a la importancia del sabor, la prioridad de los productos más especializados de Nestlé Nutrition es proporcionar nutrición adecuada para tratar problemas específicos en todas las etapas de la vida.

Nestlé Nutrition abarca tres áreas: nutrición infantil, nutrición médica y nutrición para el rendimiento. La adquisición de la empresa Jenny Craig en EE.UU. ha añadido una cuarta área nutricional: control del peso.

Nestlé Nutrition es una organización autónoma dentro del grupo Nestlé. Opera en más de 100 países. De sus 10.500 colaboradores, unos 3.000 son delegados médicos cualificados. Trabajan junto a profesionales médicos, como doctores, enfermeras y dietistas para proporcionarles la información, productos y servicios adecuados para ayudar a sus pacientes.

Infant Nutrition

Nestlé NAN es el primer sistema nutritivo que ha demostrado clínicamente mejorar el sistema inmunológico del bebé. *Nestlé NAN HA* ha demostrado clínicamente reducir las manifestaciones alérgicas en un 50%.

HealthCare Nutrition

Nutren Balance con BG-3, de Nestlé Nutrition, está formulado científicamente para que los diabéticos puedan controlar mucho mejor sus niveles de glucosa en sangre después de las comidas y para retrasar la sensación de hambre y reducir el colesterol.

El «Nestlé Nutrition Council» y el «Nestlé Nutrition Institute»

El «Nestlé Nutrition Council» se fundó en 1978. El consejo está compuesto por diez científicos en nutrición reconocidos a nivel mundial, con una gran variedad de especialidades y nacionalidades. Tiene como propósito estudiar temas de nutrición actuales y en desarrollo, y proporcionar información pertinente y asesoramiento constante sobre nuestra Empresa, nuestras políticas y estrategias.

El «Nestlé Nutrition Institute» opera como una red médica y científica para proporcionar a los profesionales de la salud la formación, información y herramientas más actuales y pertinentes en el campo de la nutrición. Trabaja en asociación con muchos institutos lideres en areas de salud y nutrición de todo el mundo e impulsa la investigación y la formación sólidas en los campos de la nutrición pediátrica, clínica y para el rendimiento. Es la mayor editorial corporativa de investigación e información de la ciencia de la nutrición. Sus cursos, que reúnen a destacados científicos y médicos de todo el mundo, se vienen celebrando desde 1982.

Mirando al futuro

La «Corporate Wellness Unit», junto con nuestras unidades de negocio, nos ayuda a convertirnos en el líder mundial en nutrición, salud y bienestar. La I&D desempeña un papel crucial y su importancia será aún mayor en el futuro. En la nutrición preventiva, por ejemplo, somos pioneros en el uso de los probióticos en nuestros productos para reducir las enfermedades gastrointestinales. También estamos trabajando en innovaciones científicas para tratar la obesidad y la diabetes.

Otras iniciativas personalizadas de nutrición tratan las necesidades nutricionales especiales de pacientes con la enfermedad de Alzheimer y otros trastornos relacionados con el envejecimiento. En áreas especializadas, tales como la genómica, la proteómica y la metabolómica, estamos investigando los territorios desconocidos de genes y proteínas con el objetivo de adaptar los alimentos a necesidades totalmente individuales. Aún queda mucho por explorar.

Performance Nutrition

PowerBar Triple Threat es una barra energética rica en nutrientes para los deportistas. Fortificada con 16 vitaminas y minerales, les ayuda a rendir con todo su potencial.

Nestlé: Casi 150 años a la vanguardia de la nutrición y la salud

Los orígenes de Nestlé se remontan a 1849 cuando un auxiliar farmacéutico llamado Henri Nestlé estableció su laboratorio en la pequeña localidad suiza de Vevey, a orillas del lago Lemán.

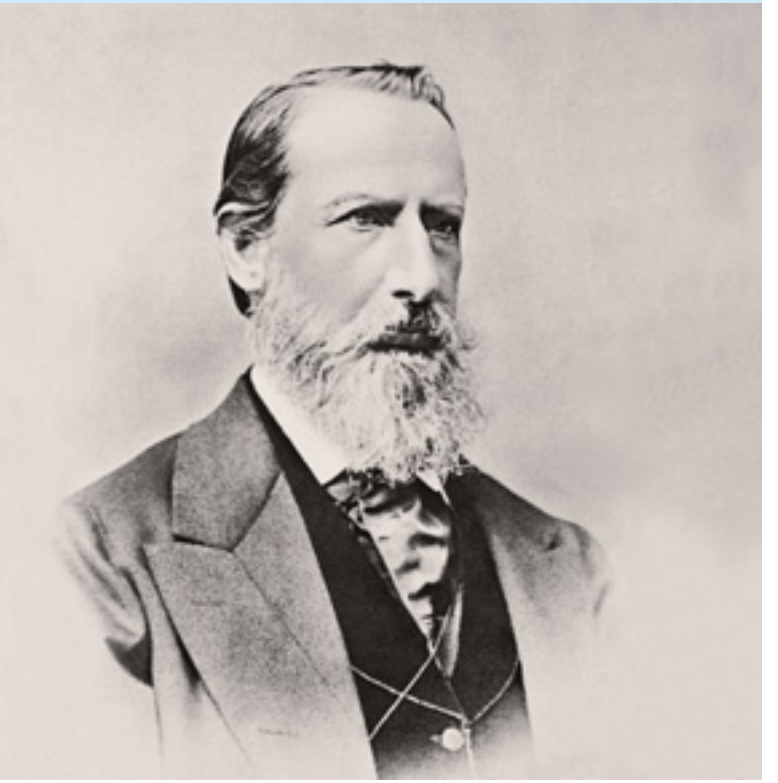
Fue allí, en 1867, donde desarrolló la invención que le haría famoso en el mundo entero. Para ayudar a alimentar y, de hecho, salvar la vida a bebés recién nacidos, creó la harina lacteada, el primer alimento infantil del mundo.

La principal preocupación de Henri Nestlé fue que los bebés recién nacidos de su región tuvieran una vida sana. Pero se dio cuenta de que podría ayudar a un mayor número de madres y sus bebés si exportaba su exitosa novedad a otros países. Así pues, creó una red de agentes e importadores para distribuirla, primero en Europa y después en Australia y Sudamérica.

Henri Nestlé fue un gran ejemplo, tanto como pionero de productos alimenticios nutricionales como de hombre de negocios emprendedor. Sus principios continúan guiándonos, casi 150 años después.

Esta versión alemana de la harina lacteada, de 1867, es un ejemplo temprano de un producto nutricional basado en la ciencia, con una marca bien comercializada y envasado de forma distintiva.

Ya que su apellido significa en alemán «nido pequeño», Henri Nestlé decidió usar un nido de pájaro como su marca comercial. En la actualidad es uno de los logotipos más conocidos en todo el mundo y transmite el valor que le da Nestlé a la nutrición para una vida sana.



Henri Nestlé, fundador de Nestlé, fue un químico que salvó vidas, pero también un comerciante innovador. Aprovechó sus conocimientos científicos para desarrollar productos que satisficieran las necesidades de los consumidores. Usó su nombre para darles a sus productos una marca característica y estableció sistemas para distribuir sus productos con rapidez y eficacia.

Personas, productos, marcas

Lo que convierte a Nestlé en la compañía de alimentación más grande del mundo son los millones de consumidores de todo el planeta que depositan su confianza en sus productos, día tras día.

Nestlé se ha hecho acreedora de la confianza de los consumidores en todo el mundo por la consistente calidad y seguridad de sus productos y por la capacidad de satisfacer sus cambiantes necesidades.

¿Cómo lo hacemos?

NESCAFÉ

Poniendo al consumidor primero

Dependemos de la preferencia del consumidor por nuestros productos ante los productos de nuestros competidores. Por este motivo, estamos dedicados completamente a satisfacer las necesidades de los consumidores.

Nestlé vende más de 1.000 millones de productos cada día. Estas transacciones individuales nos aportan un total anual de ventas de más de 90.000 millones de CHF*.

Para alcanzar el éxito y el crecimiento debemos conseguir que los consumidores tengan la mayor confianza posible tanto en nuestra Empresa como en nuestros productos. Una forma de lograrlo es acercarnos todo lo posible al consumidor. Ésta es una tarea muy compleja, que conlleva entender a personas de todas las edades: bebés, niños pequeños o en edad de crecimiento y adultos, desde adolescentes a ancianos; y que requiere ser conscientes y saber apreciar todas sus necesidades y motivaciones. Nuestro objetivo es comprender a los consumidores mejor que nuestros competidores.

En Nestlé seguimos con gran determinación la máxima «El consumidor es el centro de todo lo que hacemos». Nuestros colaboradores ponen el máximo empeño en situarse en el lugar de los consumidores en cada paso del proceso: desde la concepción del producto, al texto del envase. Nuestros ejecutivos pasan días observando a los consumidores en sus hogares y en las tiendas. A menudo, este tipo de investigación de primera mano es más útil que los grandes estudios cuantitativos.

Las sopas *Maggi* en Alemania, China y Indonesia. Es la misma marca *Maggi,* pero el producto es distinto. Cada uno tiene sus propios sabores y texturas para satisfacer los gustos locales.

* Equivalente a más de 70.000 millones de dólares. USD ~ CHF 1.25

El alimento es local

El éxito de Nestlé está basado firmemente en el concepto de que «la alimentación es una cuestión local». Aunque nuestros productos están disponibles prácticamente en todos los rincones del mundo, no creemos en la existencia de un gusto universal. Por el contrario, nos esforzamos mucho a la hora de adaptar nuestros productos a los gustos de los consumidores locales. Éstos pueden variar enormemente, no sólo de un país a otro sino incluso dentro de un mismo país. Para satisfacer las necesidades locales hay más de 10.000 productos Nestlé. Los producen casi 500 fábricas en más de 80 países.

Las diferentes culturas, diferentes geografías, diferentes necesidades, gustos, sabores y costumbres, todo ello influye en lo que nuestros consumidores comen y beben. Por eso es vital contar con conocimiento y experiencia local.

Acercarnos a nuestros consumidores

Varios colaboradores de Nestlé pasaron tres días conviviendo con los habitantes de los suburbios de Lima, en Perú, para comprender sus motivaciones, rutinas, hábitos de compra, toma de decisiones y otros aspectos de su vida cotidiana.
Con lo que averiguaron, Nestlé creó el servicio de ayuda *NutriMóvil,* una exposición itinerante que recorre las ajetreadas callejas del vecindario a bordo de una furgoneta. De esta forma, los nutricionistas de Nestlé pueden hablar directamente con las madres. Los productos Nestlé se venden en los mercados locales y en los puestos callejeros.

Nestlé – una empresa basada en las marcas

El conjunto de marcas de Nestlé cubre prácticamente todas las categorías de alimentos y bebidas: leche y productos lácteos, nutrición (infantil, clínica, para el rendimiento y control del peso), helado, cereales para el desayuno, café y bebidas, productos culinarios (platos preparados, condimentos, salsas, etc.), chocolate y confitería, productos para mascotas y agua embotellada.

Muchas marcas son líderes de su sector, tanto a nivel mundial como en los mercados locales. Muchas existen desde hace décadas. Otras, como *S.Pellegrino* (el agua mineral de Italia) y *Nestlé Moça* en Brasil, existen por más de 100 años.

Entre las marcas globales más conocidas están *Nescafé, Nestea, Maggi, Buitoni, Purina* y, por su puesto, *Nestlé.* Otras marcas también se venden en muchos países, por ejemplo, *Milo, Nesquik, Nespresso, Kit Kat, Smarties, Polo, Friskies, Perrier* y *Vittel.* El número total de marcas, contando las marcas locales de cada país, es de varios miles.

Kit Kat es la marca de chocolate más importante de Japón. En Gran Bretaña, su país de origen, se venden alrededor de 3 millones de unidades al día.

Productos asequibles

Para consumidores con bajo poder adquisitivo, Nestlé ofrece una gama de productos a precios asequibles. Pese a su bajo coste, ofrecen una dieta equilibrada al compensar las posibles deficiencias de la dieta local y combinan el buen sabor con la comodidad y la nutrición adecuada.

La Empresa Nestlé está construida sobre los cimientos de marcas muy sólidas. Algunas son mundiales, otras regionales y muchas son locales de un país específico.

Contribuir a la nutrición, salud y bienestar del consumidor

Muchos productos de Nestlé son naturalmente beneficiosos desde un punto de vista nutricional. Entre ellos se encuentran los cereales del desayuno, la leche y productos lácteos, y las aguas embotelladas. Todos ellos son excelentes portadores de «Branded Active Benefits». Pero, ¿y el helado? ¿y el chocolate y los dulces?

En una dieta equilibrada, estos productos apetitosos, a veces placenteros, también tienen su espacio. Todos deberíamos asegurarnos de hacer suficiente ejercicio, pero una pequeña cantidad de alimentos «para disfrutar» también pueden formar parte de Good Food, Good Life.

Pero eso no significa que dejemos de aplicar nuestra experiencia nutricional en estos productos. Por ejemplo, los helados *Dreyer's Slow Churned* y *Häagen-Dazs Light* usan tecnología exclusiva para ofrecer el mismo sabor que un helado normal, e incluso mejor, pero con tan solo la mitad de grasa y hasta un tercio menos de calorías.

En confitería hemos introducido muchos productos sin azúcar, entre ellos *Polo,* además de reducir el contenido de azúcar en productos como *Kit Kat Light.*

Lo fundamental es no sacrificar el sabor. Pero siempre que sea posible optamos por soluciones que también contribuyen a la nutrición, la salud y el bienestar.

Maggi Sveltesse 0% es una sopa instantánea nutritiva y sana, llena de vitaminas y fibra, con cero grasas y bajo contenido en sal. Gracias a los envases de porciones individuales, son rápidas y fáciles de preparar en cualquier momento y lugar.

En la categoría de los helados hemos aplicado nuestros conocimientos tecnológicos y de investigación para elaborar productos con muchas menos calorías y menor cantidad de grasas, pero con el mismo delicioso sabor.

Garantizar la calidad y la seguridad de los alimentos

En cada producto Nestlé tenemos que garantizar los más altos niveles de calidad y seguridad. Esto ocurre millones de veces al día. Es una gran responsabilidad. Tenemos que garantizar que se cumplen las normas más exigentes a lo largo de toda la cadena de suministro: desde la materia prima, pasando por la fabricación, el envasado y la distribución, hasta el punto de consumo.

Cada fábrica Nestlé tiene un laboratorio que analiza sistemáticamente las materias primas y los ingredientes. Los productos Nestlé se analizan tanto en la cadena de producción como en su estado final para asegurarnos de que cumplen nuestras estrictas normas, además de la normativa nacional e internacional. Los laboratorios de control de calidad en nuestro Centro de Investigación en Lausana, Suiza, amplían constantemente sus conocimientos y procedimientos en microbiología, seguridad de los alimentos, nutrientes, aditivos, contaminantes y envasado. Ellos comparten esta información con nuestras fábricas de todo el mundo.

La buena reputación de Nestlé durante muchos años por su calidad y seguridad constantes le ha hecho ganarse el respeto de los consumidores de todo el mundo.

En cualquier lugar, en cualquier momento, de cualquier manera

Vendemos nuestros productos en todo el mundo en millones de puntos de venta distintos. Entre ellos están los grandes almacenes, supermercados y cadenas de tiendas. Pero también incluyen pequeños comercios de barrio, puestos en el mercado, máquinas expendedoras, vendedores ambulantes e incluso ventas a domicilio de productos congelados en bolsas especiales de refrigeración.

Se pueden comprar productos Nestlé en escuelas, oficinas, hoteles y aeropuertos; en las heladerías y restaurantes de comida rápida; en aviones, trenes y barcos; en consultas veterinarias, estaciones de servicio y gimnasios.

Diferentes formatos, en todos los tamaños y formas, sirven para satisfacer las necesidades de los consumidores cuando quiera y como quiera que deseen consumir un producto Nestlé.

Los consumidores comen y beben fuera de casa cada vez más. Nestlé ofrece productos para cualquier ocasión y lugar.

Vittel Vitalitos forma parte de una gama de aguas naturales y aromatizadas diseñada especialmente para niños, con el fin de que tomen bebidas más saludables.

Los productos Nestlé se venden en más de dos millones de puntos de venta en toda la India.

El comportamiento cambiante del consumidor

La demografía mundial seguirá evolucionando. Otros factores geográficos, económicos y sociales afectarán a nuestras dietas y hábitos alimenticios. En este mundo cambiante, la prioridad de Nestlé seguirá siendo la nutrición, la salud y el bienestar, y continuará aplicando la investigación científica para desarrollar alimentos y bebidas que mejoren la calidad de nuestra vida en todas sus etapas.

No nos basta con satisfacer las necesidades actuales de los consumidores. Para estar al día con los nuevos acontecimientos hay que adelantarse a ellos, ser consciente de las nuevas tendencias y estar preparados para satisfacer necesidades del consumidor que todavía no han surgido del todo.

Así es como Nestlé gestiona su empresa

Aunque menos del 2% de nuestras ventas se generan en Suiza, Nestlé es una compañía suiza.

En la forma de gestionar nuestra empresa se perciben varias características suizas. Nuestra organización es discretamente eficaz, fiable, trabajadora y pragmática.

Pero Nestlé también es una empresa muy humana. Por encima de todo, nos preocupan nuestros colaboradores. Nos hemos comprometido a crear valor a largo plazo, no sólo para nuestros accionistas sino también para las comunidades en las que operamos.

Principios, no reglas

Hay dos documentos fundamentales (Principios Corporativos Empresariales de Nestlé y los Principios de Manejo y Liderazgo de Nestlé) que establecen los principios por los que se rige todo el Grupo Nestlé. Dirigen nuestras políticas y estrategias. Marcan el tono y el estilo de nuestros enfoques. Afectan a todos los que trabajamos en Nestlé. También afectan a todos aquellos con quienes hacemos negocios. De hecho, forman un «código de conducta» que cada uno de nosotros sigue en Nestlé.

Los Principios Corporativos Empresariales de Nestlé describen la forma de operar de nuestra Empresa. Incluyen secciones sobre salud y nutrición infantil, derechos humanos, trabajo infantil y protección del medio ambiente, además de un conjunto de Principios de Comunicación con el Consumidor. Entre ellos se incluyen los diez principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, además del Código Internacional de Comercialización de Sucedáneos de Leche Materna, de la OMS.

Los Principios Corporativos Empresariales de Nestlé han sido traducidos a más de 40 idiomas y distribuidos a nuestros directivos en todo el mundo. Se basan en ideas fundamentales que incluyen:

El objetivo comercial de Nestlé es fabricar y comercializar sus productos de forma que se cree valor sostenible a largo plazo para accionistas, empleados, consumidores, socios comerciales y las economías nacionales en las que opera la Empresa.

Nestlé no favorece el beneficio a corto plazo a expensas del desarrollo con éxito del negocio a largo plazo.

Nestlé reconoce que sus consumidores tienen un interés sincero y legítimo en el comportamiento, convicciones y acciones de la Empresa responsable de las marcas en las que han depositado su confianza.

El ingenio, la variedad y el trabajo en equipo ofrecen muchas oportunidades a nuestros colaboradores en todo el mundo.

Una empresa multicultural

Los Principios de Manejo y Liderazgo de Nestlé se basan en las múltiples experiencias que han llevado al éxito de la empresa a lo largo de su dilatada historia. Están relacionados esencialmente con los aspectos humanos de nuestros directivos y colaboradores, y ponen de manifiesto la naturaleza multicultural de la Empresa.

Nestlé aplaude la diversidad cultural y social y no discrimina por motivos de origen, nacionalidad, religión, raza, sexo o edad. Nestlé tampoco está involucrada en ninguna actividad política.

Nestlé opera en muchos países y en muchas culturas de todo el mundo. Esta rica diversidad es una fuente valiosísima para nuestro liderazgo y también para enriquecer las experiencias de nuestros colaboradores.

Un tema fundamental de los Principios de Manejo y Liderazgo de Nestlé es que nuestra prioridad son las personas, no los sistemas. Esto da lugar a una estructura lo más plana posible, en lugar de jerárquica, y ofrece a los individuos abundantes oportunidades de progresar en su carrera.

Junto con nuestros Principios Corporativos Empresariales, los Principios de Manejo y Liderazgo conforman los cimientos de nuestra manera de operar. Destacados académicos de la universidad de Harvard han reconocido que este enfoque ha generado beneficios reales tanto para Nestlé como para la sociedad, durante muchas décadas.

Los catedráticos de la Escuela de Negocios de Harvard Michael Porter y Mark Kramer han afirmado que estos principios sitúan a Nestlé entre las mejores compañías a la hora de crear valor real compartido para ellas mismas y para la sociedad en cada paso de su proceso empresarial o «cadena de valor». Porter y Kramer afirman que nuestro enfoque ya ha superado la prueba del tiempo y seguirá en la misma línea precisamente porque con él todos ganan.

Proteger el medio ambiente

Cada año invertimos un promedio de 100 millones de CHF* en la protección medioambiental en nuestras fábricas. Nuestro objetivo es maximizar la producción de bienes al tiempo que minimizamos el consumo de recursos... y a su vez reducimos los desechos y las emisiones. Durante muchos años estas inversiones, junto con el esfuerzo de nuestros empleados, han producido mejoras continuas. Un sistema riguroso de estudios y auditorías supervisa nuestro progreso.

Las inversiones de alto nivel y la aplicación de las mejores prácticas suponen una contribución significativa. Pero la clave de nuestra afortunada estrategia medio-ambiental se encuentra en nuestra perseverancia en garantizar que en todas nuestras actividades se incluyen factores medioambientales.

Este proceso comienza con la compra de materias primas, su transporte, su transformación durante el proceso de fabricación y su envasado, y termina con su distribución a los puntos de venta. El proceso va incluso más allá: el reciclaje del material de desecho y los envases también desempeña un papel importante en la protección medioambiental.

Nestlé fue una empresa pionera en el Mecanismo para el Desarrollo Limpio, que forma parte del Protocolo de Kioto y es un acuerdo para controlar las emisiones de CO_2 con el fin de luchar contra el calentamiento global. Como ejemplo, una de nuestras fábricas en Chile cambió las calderas y hornos de gasóleo y carbón por los de gas natural, lo cual resultó en una reducción en los gases con efecto invernadero de 19.000 toneladas de CO_2.

Nestlé fue la primera compañía en Europa que introdujo una alternativa biodegradable al plástico para productos alimenticios manufacturados. Este material, compuesto de recursos renovables, se disuelve al entrar en contacto con el agua y se desintegra al cabo de tres meses.

* Equivalente a más de 80 millones de dólares. USD ~ CHF 1.25

La educación medio-ambiental promueve el compromiso total de nuestros colaboradores para conseguir los mejores resultados medioambientales.

Sin menoscabo de la calidad del producto, se ahorraron 284.000 toneladas de material de envasado en todo el mundo en un periodo de catorce años.

Para dar una idea de la escala de las mejoras medioambientales de Nestlé, recientemente, y durante un periodo de cuatro años, redujimos el consumo de agua en nuestras fábricas en 42%, el consumo de energía en 30% y las emisiones de gases con efecto invernadero en 34%.

		Variación 2001-2005	
Consumo de agua	m^3		–42,7%
Consumo de energía	gigajoules (GJ)		–29,7%
Gases con efecto invernadero	kg CO_2		–33,5%

Indicadores del cumplimiento ambiental (EPI) consolidados por tonelada de producto

Abastecimiento de materias primas

Nos abastecemos de nuestras materias primas agrícolas, principalmente leche, café, cacao, cereales, verduras, frutas, hierbas, azúcar y especias, bien a través de vías comerciales o directamente de los agricultores.

Aunque no tenemos control sobre las granjas, promovemos la sustentabilidad en el abastecimiento de materias primas agrícolas y las mejores prácticas agrícolas. Para llevar a la práctica estas palabras, contamos con más de 800 agrónomos, consejeros técnicos y técnicos de campo. Su trabajo consiste en proporcionar asistencia técnica a más de 400.000 agricultores de todo el mundo para mejorar la calidad de su producción, además de su rendimiento y eficacia. Desempeñan su función a diario en más de 40 países, como Mongolia, China, Pakistán, Etiopía y Colombia.

Este equipo de especialistas ha sido pionero en el desarrollo de leche fresca y café producidos de forma local y sostenible. Por ejemplo, los cafeteros en la provincia china de Yunan están mejorando el rendimiento y la calidad de sus cosechas como resultado directo de los conocimientos de nuestros consejeros, al igual que los caficultores de Indonesia, México, Filipinas y Tailandia.

Igualmente, cientos de miles de lecheros se benefician de las iniciativas de Nestlé para la cría de ganado y recogida de leche en países tan diversos como Chile, India, México y Pakistán.

El trabajo que lleva a cabo Nestlé con los granjeros, especialmente en áreas rurales remotas y en países en desarrollo, no sólo resulta en materias primas de mayor calidad, y por tanto en productos mejores, sino que además beneficia a los propios granjeros. Al proporcionarles unos ingresos regulares y fiables, Nestlé contribuye a mejorar su nivel de vida.

Una red de compañías locales

Es una auténtica paradoja. Aunque Nestlé es uno de los gigantes globales, nuestra prioridad es ser una compañía local en cada uno de los 130 países donde comercializamos nuestros productos. En muchos de ellos estamos presentes desde hace más de 100 años. Así pues, hemos tenido tiempo de aprender y comprender su cultura y costumbres, y de beneficiar a sus economías y comunidades.

Las unidades locales de Nestlé trabajan en una estructura global basada en el siguiente principio de Nestlé: «centraliza lo que debas, pero descentraliza lo que puedas». De esta forma, combinamos las ventajas de ser una empresa mundial con las ventajas de los negocios locales, más pequeños.

Aunque Nestlé es muy global, esencialmente es una compañía compuesta de unidades locales más pequeñas. Así pues, allí donde se encuentre Nestlé, no es un gigante anónimo. Nuestras ventas globales son simplemente la suma de las ventas de todas las compañías locales.

Para dar una idea mejor de nuestra presencia alrededor del mundo, el número medio de empleados en nuestras fábricas es de 270 y el promedio de empleados en un país ronda los 3.000.

Beneficios para las economías locales

«Las inversiones deben ser buenas para el país además de ser buenas para la empresa». Ésta ha sido una convicción fundamental de Nestlé desde los comienzos de la compañía. Siempre hemos pensado que crear valor a largo plazo para los países en los que operamos también crea valor a largo plazo para nuestros accionistas. Al adoptar esta perspectiva de desarrollo comercial, especialmente en los países en desarrollo, y mediante una gestión responsable, es posible lograr beneficios aceptables y al mismo tiempo crear un desarrollo significativo a nivel local, en lo social, medioambiental y económico.

Las inversiones a largo plazo, la transferencia de tecnología y la formación en agricultura son únicamente tres de las muchas formas en que Nestlé ejerce una fuerza positiva en todo el mundo. Un ejemplo reciente es la presencia de Nestlé en China. En 1987 se estableció en la provincia de Heilongjiang la primera joint-venture, Nestlé Shuangcheng Ltd. Con nuestra experiencia en nutrición y procesado de alimentos, en 1990 vio la luz la primera producción local en China continental.

Los conocimientos de Nestlé han ayudado a China a sustituir la importación en divisas internacionales por productos manufacturados localmente con la misma alta calidad. Desde el año 2000, el 99% de los productos vendidos en la China continental se fabrican localmente y Nestlé se ha convertido en un comprador muy importante de materias primas y material de embalaje locales.

En la actualidad contamos con más de 20 fábricas en la región de la Gran China. Nuestro Centro de Investigación y Desarrollo en Shanghai se inauguró en 2001. Hoy día ofrecemos atractivas oportunidades de trabajo a unos 12.000 colaboradores locales y cada año se crean cientos de puestos adicionales.

En China Nestlé compra leche de unos 22.000 granjeros, beneficiando directa o indirectamente a unas 100.000 personas.

En Francia, para ayudar a combatir la obesidad infantil, apoyamos un programa escolar para mejorar la dieta de los niños.

Nestlé en la comunidad: vamos más allá de nuestra empresa

Nestlé ha puesto en marcha unos 400 proyectos comunitarios en 90 países. Muchos de ellos apoyan los Objetivos de Desarrollo del Milenio de la ONU, destinados a hacer frente a las necesidades más acuciantes de las personas, especialmente en los países en desarrollo. Se centran en la reducción de la pobreza, la educación, la salud de la mujer y población infantil, y la reducción de pandemias como el VIH/SIDA y el paludismo. Las donaciones también se destinan a la ayuda humanitaria, especialmente cuando ocurren desastres naturales.

Los proyectos comunitarios de Nestlé son muy variados. Van desde la creación de escuelas en zonas rurales de Marruecos al diseño y mantenimiento de un sistema de abastecimiento de agua para refugiados en Etiopía. Para conseguir los mejores resultados, cooperamos con organizaciones y comunidades locales siempre que podemos.

Un ejemplo más se encuentra en la India, donde Nestlé financia y ayuda a organizar la perforación de pozos profundos y el abastecimiento de agua limpia. Construimos depósitos de almacenamiento e instalamos bombas de agua sumergibles en escuelas de las aldeas cercanas a nuestras fábricas. La compañía financia 90% del coste de las instalaciones, mientras que 10% corre a cargo

Educación para una mejor nutrición

En Brasil el programa educativo Nutrir se centra en la malnutrición, un problema que afecta a unos 8 millones de familias. El programa prepara a cientos de voluntarios, muchos de ellos de Nestlé, para que acudan a las comunidades locales. Mediante juegos y actividades, Nestlé trasmite conceptos de salud e higiene, para que las familias adopten costumbres saludables de alimentacíon y consigan una mejor nutrición con los recursos disponibles en su zona.

de la aldea y contribuciones voluntarias. Estos proyectos se complementan con programas escolares sobre la conservación del agua, la higiene y la salud. Hasta ahora unos 20.000 niños han podido beneficiarse del agua de 60 pozos.

Gran parte de nuestras aportaciones se dedican a actividades de la Cruz Roja en África para mejorar el abastecimiento de agua y el sistema de saneamiento. Más concretamente, dada la importancia de la nutrición para mejorar la supervivencia de las personas con VIH/SIDA, Nestlé y la Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y la Media Luna Roja colaboran en programas educativos a gran escala en varios países africanos. Por ejemplo, más de 800.000 nigerianos han recibido educación sobre el VIH/SIDA con 2.600 compañeros educadores que se dirigen a los jóvenes en doce estados con una alta incidencia de VIH/SIDA.

Recientemente hemos ampliado nuestra cooperación con la Cruz Roja y Media Luna Roja mediante un compromiso para mejorar el agua y los servicios de saneamiento. La mayor parte de nuestras aportaciones financieras en los próximos años estarán dedicadas a varias actividades en África para solucionar la carencia crónica de agua y servicios de saneamiento, causa de inmensos problemas de consecuencias mortales.

La educación proporciona el conocimiento necesario para ayudar a la gente a entender el VIH/SIDA y la importancia de una nutrición adecuada.

Después del devastador tsunami de finales de diciembre de 2004, Nestlé aportó más de 1 millón de CHF para construir 15 centros de educación preescolar totalmente equipados y listos para operar y 11 caladeros pesqueros.

Crecimiento constante y sostenible

Nestlé ha disfrutado de casi 150 años de crecimiento continuo, gradual y sostenible. Esto puede atribuirse a nuestro enfoque a largo plazo y a nuestra clara estrategia comercial, tanto como a nuestra historia de gestión y dirección basada en buenos principios.

Construyendo cimientos sólidos

Nestlé posee la gama más amplia de alimentos y bebidas de todas las compañías de alimentos. Nuestros productos los consumen personas de todas las edades, y de múltiples culturas distintas. Muchas de nuestras marcas son líderes en el mercado u ocupan un segundo lugar a poca distancia del primero. Estas marcas están extremadamente bien establecidas y han entrado a formar parte de la vida cotidiana de la gente. Nestlé ha construido unos cimientos sólidos para el crecimiento futuro.

El crecimiento está basado en el Modelo Nestlé de crecimiento orgánico sólido, entre 5% y 6%, combinado con la mejora constante del margen EBIT (EBIT = Beneficios antes de impuestos y intereses).

La política de descentralización de Nestlé ha sido fundamental para nuestra estrategia de crecimiento. Siempre que es posible, utilizamos materias primas locales y elaboramos nuestros productos localmente. De esta forma, contribuimos a las economías locales no sólo con los impuestos que pagamos como contribuyentes, sino también como compradores y colaboradores. Nestlé no posee granjas ni puntos de venta propios. Preferimos concentrarnos en nuestra actividad fundamental: la transformación de materias primas en productos de alimentación y bebidas seguros y de gran calidad.

Creemos firmemente en establecer colaboraciones a largo plazo con nuestros proveedores y clientes de venta al por menor que sean beneficiosas para ambas partes. Reconocemos que nuestro crecimiento se basa en relaciones excelentes, desde la granja al comercio. Así, también nos aseguramos los mejores resultados para nuestros accionistas y, lo más importante, para nuestros consumidores.

La gente es el recurso más importante de Nestlé

Tal vez sea porque los alimentos son una necesidad humana tan fundamental. O porque tenemos que estar extraordinariamente cerca de nuestros consumidores y comprender sus deseos físicos y emocionales. Sea cual sea el motivo, Nestlé es una compañía muy humana. Nos importan las personas. Las estimulamos y nos proponemos sacar lo mejor de ellas. Nos esforzamos para asegurarnos de que se benefician al máximo de su trabajo en Nestlé.

El resultado es una compañía muy unida, aunque trabajen en ella más de 250.000 personas repartidas por todo el globo. Lo que nos une a todos es una cultura común y un alto grado de lealtad, lealtad a la Empresa y a los demás colaboradores.

La cultura o el espíritu de Nestlé es difícil de describir. En parte tiene que ver con nuestra actitud abierta a nuevas ideas y reflexiones, y con nuestra voluntad de aprender unos de otros. También está relacionada con darles a las personas la oportunidad de añadir valor de cualquier forma en que sean capaces.

Nestlé espera mucho de sus colaboradores, pero también les da mucho. Existe una sensación de justicia y coherencia que se ve reflejada en nuestro carácter directo y honesto, pragmático y trabajador.

Por encima de todo, Nestlé es genuinamente internacional. Como simple ejemplo, entre las 1.600 personas que trabajan en nuestra sede central se encuentran representadas unas 80 nacionalidades. Cada año, mil personas de todo el mundo acuden a nuestro Centro de Formación en Suiza.

Nuestro personal es nuestro gran activo. Más que cualquier otra cosa, hacen de nuestra Empresa lo que es. Es fácil integrarse en una red de personas con una mentalidad similar a la nuestra.

Amplia variedad de oportunidades profesionales

Los estudiantes de universidad, MBA y graduados de distintas especialidades, por ejemplo en ciencias, economía o marketing, suelen mencionar a Nestlé como una de sus compañías favoritas para trabajar.

Una de las razones es que, no importa dónde se empiece a trabajar en Nestlé, se abre una puerta hacia el mundo entero. No es infrecuente trabajar en cuatro o cinco países distintos en el transcurso de una carrera profesional en Nestlé. En cierto modo, no existe una única carrera profesional. La diversidad de disciplinas ofrece a los colaboradores la oportunidad de seguir varias carreras profesionales distintas. Entre varias docenas de especialidades podemos nombrar las siguientes: químico de investigación, cocinero en las cocinas de prueba, director de servicios al consumidor, gestor de marcas, director de relaciones con los inversores o recursos humanos, auditor, consultor en productividad y muchas otras.

Los empleados no sólo se trasladan de un país a otro, a menudo con alguna estancia en la sede central, sino también de una disciplina a otra. Ésta es una de las razones por las que tantas personas desarrollan toda su carrera profesional en Nestlé. Otra razón es que entrenamos y desarrollamos nuestros propios directivos y, de esta forma, proporcionamos más oportunidades para progresar dentro de la empresa.

Colaboradores de todos los países del mundo, se reúnen en nuestro Centro de Formación internacional en Suiza.

Cómo está organizada nuestra empresa

Nestlé tiene sus propias compañías locales en casi todos los países.

La Sede Central en Suiza trabaja en estrecha colaboración con ellas y establece la estrategia general que se trasmite a través de la Dirección de Zona y las Unidades Estratégicas de Negocio (SBU).

Geográficamente, las tres zonas de Nestlé (Europa; Américas; Asia, Oceanía, África y Oriente Medio) trabajan en estrecha colaboración con los mercados locales y las SBU. Su papel fundamental es el de trasmisores, actuando como la voz del centro hacia los mercados, y viceversa. Comparten la visión de Nestlé de forma que todos, en todo el mundo, saben qué camino tomar y cómo llegar a la meta con las herramientas, estrategias y valores comunes. Esto garantiza que todos nuestros colaboradores sepan cómo actuar y cuenten con una estructura sólida de valores y un punto de referencia claro para tomar decisiones rápidas.

Las SBU se especializan en una categoría particular, por ejemplo Café y Bebidas, o Productos para Mascotas, o Chocolate y Confitería. Trabajan conjuntamente con Investigación y Desarrollo (I&D) para garantizar que todo lo que produce la compañía se basa en el conocimiento de los consumidores y la innovación adecuada, y ayudan a los mercados a alcanzar sus objetivos de negocio y de marca.

Para que todo esto suceda, hay casi 500 fábricas en 80 países y 17 centros de investigación.

Otras compañías del Grupo Nestlé

Dentro del Grupo hay varias compañías independientes, como Nestlé Waters y Nestlé Nutrition. Nestlé también es dueña de Alcon, una compañía farmacéutica líder mundial en el sector oftalmológico: prevenir la pérdida de visión a causa del glaucoma, tratar las infecciones oculares y recuperar la visión mediante la cirugía de las cataratas.

Nestlé es propietaria de una parte significativa de L'Oréal, líder mundial en cosmética.

Durante 60 años, Alcon, una empresa del Grupo Nestlé, ha fabricado productos que ayudan a ver mejor.

La bandera suiza ondea sobre la Sede Central. Pero, en el interior, alrededor de 80 nacionalidades se hallan representadas por los 1.600 colaboradores nuestros que allí trabajan.

El mundo Nestlé

Ahora ya sabe que Nestlé es un mundo en sí mismo. Alcanza todos los rincones del globo. Y, más importante aún, sus colaboradores provienen de todas las profesiones. Una vez que entran a formar parte de Nestlé, continúan ensanchando sus horizontes.

Al igual que el mundo en el que vivimos, Nestlé se halla en cambio permanente. Pero tanto nuestros valores siguen siendo los mismos. Seguiremos ofreciendo alimentos y bebidas de gran calidad, seguros y fiables para millones de personas, proporcionándoles nutrición, salud y bienestar, días tras día.

Nestlé. Good Food, Good Life.

12

¿Le gustaría saber más sobre nosotros?

Visite nuestro sitio web

Si desea más información sobre Nestlé, visite nuestro sitio web: www.nestle.com

Esta página le dirigirá a otros sitios específicos, como Nestlé Nutrition y el Centro de Investigación de Nestlé, así como a sitios sobre la compañía local, marca, intereses de los consumidores (por ejemplo, cuidados infantiles y cocina) y oportunidades profesionales.

Solicite nuestras publicaciones

Hay muchas publicaciones de Nestlé que pueden interesarle. Visite nuestro sitio web: www.nestle.com.

Si desea más información, póngase en contacto con:
Nestlé S.A.
Corporate Communications
Avenue Nestlé 55
CH -1800 Vevey
Suiza

Concepto
Nestlé S.A., Corporate Communications

Diseño y producción
Nestec Ltd, SGDU, Corporate Identity and Design junto con messi & schmidt, Lausana (Suiza)

Impresión
Entreprise d'arts graphiques Jean Genoud S.A.,
Le Mont-sur-Lausanne (Suiza)

Fotos
apg image Ltd., Jodi Biber, Markus Bühler-Rasom, Andrea Diglas, Sam Faulkner, Marcel Grubenmann, Harmen Hoogland, Marc Latzel, Marion Nitsch, Maurice Schobinger, Véronique Vial, Christian Vogt, Cédric Widmer, Luca Zanetti

© 2006, Nestlé S.A., 1800 Vevey (Suiza)

Vittel